



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Planeamento e Gestão em Turismo de Natureza e Aventura

O SURF COMO TURISMO DE NICHOS: PROJETOS SURF HOUSE – UM ELEMENTO  
DINAMIZADOR PARA O TURISMO NA PRAIA DA AMOREIRA

Ana Rita Tourais Basílio

Março 2015





Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Ana Rita Tourais Basílio

## O SURF COMO TURISMO DE NICHOS: PROJETOS SURF HOUSE – UM ELEMENTO DINAMIZADOR PARA O TURISMO NA PRAIA DA AMOREIRA

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para  
obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Planeamento e Gestão em  
Turismo de Natureza e Aventura

Orientador: Professora Doutora Elsa Correia Gavinho

Coorientador : Professor Doutor Francisco António dos Santos Silva

Março 2015





*"I really don't know why it is that all of us are so committed to the sea, except I think it is because in addition to the fact that the sea changes and the light changes, and ships change, it is because we all came from the sea. And it is an interesting biological fact that all of us have, in our veins the exact same percentage of salt in our blood that exists in the ocean, and, therefore, we have salt in our blood, in our sweat, in our tears. We are tied to the ocean. And when we go back to the sea, whether it is to sail or to watch it we are going back from whence we came"*

*14 September 1962, John Fitzgerald Kennedy*

## **AGRADECIMENTOS**

Durante a realização da presente dissertação de Mestrado tive o apoio incondicional de várias pessoas que me motivaram e suportaram durante os períodos mais complicados e em todo o processo de desenvolvimento da mesma. Agradeço em especial a disponibilidade, apoio e amizade em todo o processo de investigação da minha orientadora Elsa Gavinho e coorientador Francisco Silva.

Agradeço também a colaboração a todos os entrevistados, pelo tempo que disponibilizaram para responder às questões permitindo o desenvolvimento deste estudo, num curto espaço de tempo.

Agradeço à minha família por aceitarem a minha mudança de área profissional, assim como encorajarem a elaboração deste trabalho.

Não posso deixar de agradecer ainda à Sara, Isabel e Rita por me encontrarem alguns artigos científicos, ao Tiago, Filipe e Cláudia por me apoiaram na última fase da escrita. A todos os amigos que me incentivaram e compreenderam no caminho de elaboração desta dissertação.

## RESUMO

Portugal tem vindo a colocar-se nos principais destinos de surf da Europa sendo mesmo considerado um dos melhores a nível mundial. Dos vários locais para a prática desta atividade em Portugal, o município de Aljezur, na região do Algarve e integrado no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina é detentor de características naturais únicas. Esta dissertação tem como principal objetivo o desenvolvimento da proposta de uma *surf house* como elemento dinamizador da atividade turística, especificamente do turismo de surf, na Praia da Amoreira. Simultaneamente pretende-se analisar as potencialidades do concelho de Aljezur, para a prática de surf a nível desportivo e turístico, bem como propor medidas para a valorização deste produto no território e justificar o potencial da criação de um empreendimento com uma oferta devidamente organizada. Foram realizadas sete entrevistas estruturadas, de forma a recolher a opinião junto de peritos com experiência considerada relevante na área em estudo. Deste processo identificaram-se as potencialidades do território no que se refere à modalidade do surf e o seu contributo para o desenvolvimento da região, assim como as vantagens da implementação de um projeto de turismo de surf na Costa Vicentina. Em resultado desta análise, propõe-se o desenvolvimento de uma *surf house*, quer ao nível da arquitetura e das instalações, quer na identificação do público-alvo, dos produtos e serviços e das principais linhas para divulgação e promoção. Fundamenta-se neste trabalho, que o turismo de surf se pode constituir como uma ferramenta para a dinamização da atividade turística no geral e para o desenvolvimento local, da região do estudo.

**Palavras-chave:** Turismo de nicho, Turismo de natureza, Turismo náutico, Turismo de surf, PNSACV, Costa Vicentina, Aljezur, Surf.

## **ABSTRACT**

*Portugal has been considered one of the main surfing destinations of Europe, even considered one of the best in the world. Of the numerous places to practice this activity in Portugal, the municipality of Aljezur in the region of Algarve, integrated in the Natural Park of Sudoeste Alentejano and Costa Vicentina, holds on unique natural features. The main objective of this thesis concerns the development of the proposal of a surf house as a dynamic element of tourism activity, specifically for the surf tourism, at Amoreira beach. Simultaneously we intend to analyse the potential of the municipality of Aljezur, for the practice of surf on sport and touristic levels, and propose measures to increase value of this product in the territory and also justify the creation of a potential business with a properly organized offer. Were performed seven structured interviews that were prepared in order to obtain the views from experts with experience considered relevant for the area under study. We identified the potential of the territory and the qualities of the same in regard of the surf activity and its contribution to local development, as well as the advantages of implementing a surf tourism project in Costa Vicentina. As a result of this analysis we propose the development of a surf house in terms of architecture and facilities in the determination of the target audience, products, services and key lines for diffusion and promotion. It is based on this work that surf tourism can contribute as an instrument for the promotion of the tourism activity in general and for the local development of the region in study.*

**Key- words:** *Niche tourism, Nature tourism, Nautical tourism, Surf tourism, PNSACV, Costa Vicentina, Aljezur, Surf.*

**ÍNDICE**

<b>AGRADECIMENTOS.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE TABELAS .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>x</b>
<b>SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS.....</b>	<b>xi</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
1.1. Enquadramento geral .....	1
1.2. Objetivos .....	3
1.3. Premissas .....	3
1.4. Metodologia .....	4
1.5. Estrutura da dissertação .....	5
<b>2. TURISMO DE SURF: UM TURISMO DE NICHOS E NA NATUREZA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Introdução .....	7
2.2. O Turismo de nicho .....	7
2.3. O Turismo na Natureza .....	8
2.3.1. O Turismo de aventura .....	11
2.3.2. Turismo desportivo.....	13
2.3.3. Turismo náutico.....	15
2.4. Surf: de atividade desportiva a produto turístico .....	17
2.5. Turismo de surf.....	21
2.5.1. Caracterização do turismo de surf.....	21
2.5.2. A importância do turismo de surf .....	22
2.5.3. Os impactos do turismo de surf .....	24
2.5.4. <i>Benchmarking</i> : o surf como elemento diferenciador.....	25
2.5.4.1. Nosara – <i>Costa Rica</i> .....	26
2.5.4.2. Taghazout - Marrocos.....	28
2.5.4.3. Raglan - Nova Zelândia.....	29
2.6. Síntese.....	31
<b>3. A COSTA VICENTINA COMO DESTINO DE SURF .....</b>	<b>32</b>
3.1. Introdução.....	32
3.2. Caracterização geográfica e socioeconómica da Costa Vicentina.....	32
3.3. Potencial do território e recursos turísticos.....	38
3.3.1. Condições naturais para a prática do surf .....	39
3.3.2. Entidades promotoras da atividade de surf na Costa Vicentina .....	42
3.3.3. Caracterização da oferta turística na Costa Vicentina.....	43
3.4. Matriz SWOT da Costa Vicentina .....	43
3.5. Síntese.....	45
<b>4. PROJETO "SURF HOUSE" .....</b>	<b>46</b>
4.1. Introdução.....	46
4.2. Metodologia aplicada .....	47
4.2.1. Nas entrevistas estruturadas .....	47
4.2.2. No projeto SH.....	49
4.2.3. Análise das entrevistas .....	49
4.2.4. Identificação de elementos diferenciadores.....	50
4.2.5. Vantagens para o território e elementos diferenciadores para os clientes .....	53
4.3. Porquê na Praia da Amoreira .....	54
4.4. Surf House: um conceito diferenciador.....	56

4.5. Surf House: facilities e particularidades arquitetónica .....	57
4.6. O público-alvo .....	60
4.7. Definindo os produtos e serviços.....	60
4.8. Comunicação e Promoção .....	62
4.9. Síntese.....	63
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS FUTURA .....</b>	<b>64</b>
5.1. Análise crítica sobre os pressupostos formulados .....	64
5.2. Limitações e perspetivas futuras .....	66
5.3. Principais contribuições da investigação e perspetivas futuras.....	66
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>68</b>
Legislação .....	72
<b>ANEXOS .....</b>	<b>73</b>
ANEXO 1 — Perfil dos surfistas - caraterísticas demográficas e psicográficas .....	74
ANEXO 2 — Guião de entrevistas e transcrição das entrevistas estruturadas .....	76
ANEXO 3 — Tabela resumo da análise às entrevistas estruturadas .....	92

## ÍNDICE TABELAS

**Tabela 1** – Estabelecimentos e capacidade de alojamento na Costa Vicentina. Fonte: (POLIS, 2010)

**Tabela 2** – Principais *spots* de surf no concelho de Sagres (costa ocidental) Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

**Tabela 3** – Principais *spots* de surf do município de Aljezur (costa ocidental). Fonte: adaptado de: Wannasurf (2014)

**Tabela 4** – Principais *spots* de surf do concelho de Sagres (costa meridional). Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

**Tabela 5** – Condições para a prática de surf ao longo do ano na região do Algarve. Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

**Tabela 6** – Análise SWOT Fonte: adaptado de (POLIS, 2010, ICNB, 2009)

**Tabela 7** – Lista dos entrevistados

**Tabela 8** – Lista de atividades, serviços e formação/workshops

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1** – Evolução e previsão do turismo internacional , 1950-2030. Fonte: (UNWTO, 2014).

**Figura 2** – Estrutura da dissertação – Capítulo 1 a 3.

**Figura 3** – Estrutura da dissertação – Capítulo 4 e 5.

**Figura 4** – Principais tipos de turismo desportivo. Fonte: (Carvalho e Lourenço, 2013).

**Figura 5** – Evolução do número de surfistas a surfar regularmente em Portugal, pelo menos uma vez por semana, nas últimas décadas. Fonte: (Bicudo e Horta, 2009).

**Figura 6** – Playa Guiones em Nosara, Costa Rica. Fonte: Simply (2015).

**Figura 7** – Praia de Tagahzout em Marrocos. Fonte: Maroc (2015).

**Figura 8** – Praia em Raglan, Nova Zelândia. Fonte: raglansurfschool (2014).

**Figura 9** – Área da costa vicentina integrada no PNSACV. Fonte: (ICNF, sd-a).

**Figura 10** – Localização Algarve. Fonte: (TP, 2012b, 6).

**Figura 11** – Localização da Costa Vicentina, (Fonte: (TP, 2012b, 6).

**Figura 12** – Praia da Amoreira. Fonte: APUDD (2014).

**Figura 13** – Localização do acesso à praia da Amoreira. Fonte: Google Earth.

**Figura 14** – Proposta de localização da Surf House. Fonte: Google Earth.

**Figura 15** – Vista da ruína, no caminho de acesso à praia da Amoreira. Fotos da autora.

**Figura 16** – Distribuição das áreas funcionais da SH. Implantação feita pela autora sobre fotografia satélite do Google Earth.

**Figura 17** – Planta e perspectivas da SH (Tiago Santos e Ana Rita Basílio).

**Figura 18** – Receção da SH (Tiago Santos e Ana Rita Basílio).

## **SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS**

<b>ABAE</b>	Associação Bandeira Azul da Europa
<b>AEP</b>	Associação Empresarial de Portugal
<b>AESCV</b>	Associação de Escolas de Surf da Costa Vicentina
<b>ATTA</b>	Adventure Travel Trade Association
<b>BTT</b>	Bicicleta todo o terreno
<b>CTP</b>	Confederação do Turismo Português
<b>CV</b>	Costa Vicentina
<b>FPS</b>	Federação Portuguesa de Surf

<b>ICNF</b>	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estatística
<b>OMT</b>	Organização Mundial de Turismo (World Tourism Organization)
<b>PENT</b>	Planeamento Estratégico Nacional do Turismo
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PN</b>	Parque Natural
<b>PNSACV</b>	Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina
<b>SH</b>	Surf house
<b>SIE</b>	Sociedade Internacional de Ecoturismo
<b>SUP</b>	Stand Up Paddle
<b>SWOT</b>	Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades), Threats (ameaças)
<b>THR</b>	Acesores en Turismo Hotelería y Recreación
<b>TP</b>	Turismo de Portugal
<b>TS</b>	Turismo de surf
<b>WCT</b>	World Championship Tour
<b>WTO</b>	World Tourism Organization
<b>WTTC</b>	World Travel & Tourism Council



## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1. Enquadramento geral

O turismo é um dos principais motores de desenvolvimento da economia a nível mundial (WTO, 2004). De acordo com a Confederação do Turismo Português (CTP) (figura 1) "em 2013 foi ultrapassada a fasquia do bilião de turistas a nível mundial, sendo que as estimativas apontam para que em 2020 se ultrapassem os 1,4 biliões e em 2030 os 1,8 biliões" CTP (2013, p. 3).

O ritmo de crescimento do turismo nas últimas décadas, apesar das várias crises mundiais - do Petróleo entre 1973 e 1979, da Bolha dos Dot.com em 2000, do 11 de Setembro e da Argentina em 2001, a *Subprime* em 2008 e da Europa em 2010 - não diminuiu, reajustando-se constantemente às novas realidades (Bezerra, 2010).

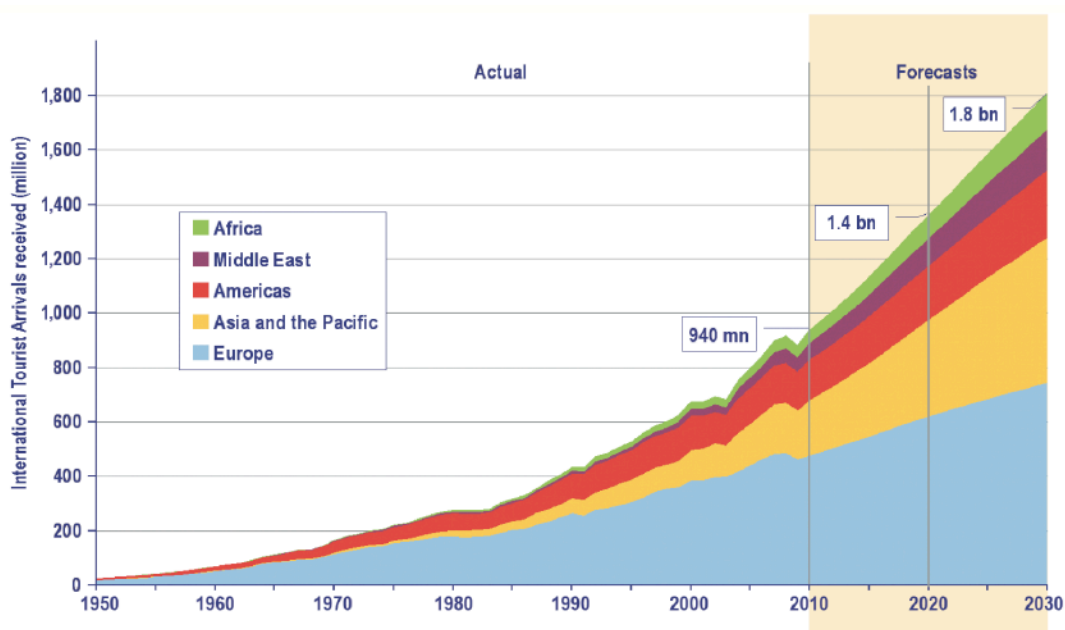


Figura 1 – Evolução e previsão do turismo internacional , 1950-2030. Fonte: (UNWTO, 2014).

O contributo do turismo para o Produto Interno Bruto (PIB) mundial em 2013, atingiu 71.896.504 milhões de dólares, gerando cerca de um em cada onze postos de trabalho (UNWTO, 2013, IMF, sd).

Em 2013 Portugal alcançou 8,3 milhões de turistas internacionais, prevendo-se um crescimento para 2014 de 9,5% (Dinis, 2014, PENT, 2013). Ao mesmo tempo, o turismo tem contribuído para o desenvolvimento e criação de emprego direto em cerca de 7,2 % (WTTC, 2014), refletindo assim, a importância da atividade económica gerada pelo setor do turismo em 2013.

O estado português tem em vigor um Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT), o qual estabelece as bases estratégicas para o crescimento sustentado do turismo nacional até 2015. No PENT, são destacados dez produtos estratégicos que visam desenvolver ofertas distintivas em cada uma das regiões do país. No âmbito deste trabalho, destaca-se nomeadamente o "sol e mar" que visa qualificar esta tipologia de produtos, melhorar os recursos e assegurar a integração de ofertas complementares; o "turismo de natureza" que visa qualificar os recursos e os agentes em segmentos com potencial de diferenciação como a observação de aves, bicicleta, cavalo ou a pé; e o "turismo náutico" que visa desenvolver a oferta de atividades náuticas, especificamente a oferta de vela e surf<sup>1</sup>.

A procura pelo turismo de surf (TS) tem assumido cada vez mais importância no país tanto a nível social, económico como cultural. De acordo com Reis (2012) Portugal dispõe de condições excecionais para a prática de atividades na natureza e os turistas procuram experiências autênticas, escolhendo cada vez mais férias ativas. Especificamente neste segmento de mercado tem-se verificado um crescimento a nível nacional, justificado, quer através do aumento do número de praticantes, quer através da organização de vários eventos desportivos internacionais de surf no país, como o Rip Curl Pro 2014 em Peniche, o Eurojunior 2014 nos Açores, o EDP Cascais GirlsPro 2014 em Cascais, o The North Canyon Show 2014 na Nazaré, entre outros.

A mediatização à volta das competições tem também assumido um papel relevante na capacidade de atração turística direta e refletindo-se na visibilidade dos destinos, contribuindo para a promoção do país a nível internacional.

Aproveitando esta emergência, o desenvolvimento desta dissertação tem como temática o TS enquanto turismo de nichos, focando-se especificamente no TS como dinamizador da atividade turística de um território muito específico - a Praia da Amoreira em Aljezur (Costa Vicentina). Pretende-se propor para este local, a criação de uma infraestrutura com um conjunto de produtos diferenciadores, baseados no surf e com uma forte associação ao território, com o intuito de o dar a conhecer aos visitantes, oferecendo ao mesmo tempo experiências turísticas singulares.

---

<sup>1</sup> No âmbito deste trabalho o surf engloba as várias vertentes da modalidade: *surf*, *bodyboard*, *longboard*, *kneeboard* e *skimming*.

## **1.2. Objetivos**

O principal objetivo deste trabalho prende-se com o desenvolvimento da proposta de uma *surf house* (SH) como elemento dinamizador da atividade turística, especificamente do TS, na Praia da Amoreira.

Para se atingir esse fim, será desenvolvida uma proposta de uma SH, como equipamento âncora, através da criação de um espaço que engloba alojamento e aulas de surf desenvolvidas de forma personalizada. Este modelo, pretende oferecer aos seus clientes a possibilidade de aprenderem ou aperfeiçoarem a sua prática de surf, mas também dar a conhecer a região pelas suas características territoriais, culturais e gastronómicas, presentes no conceito do lugar e dos produtos a oferecer.

Pretende-se simultaneamente averiguar as potencialidades do concelho de Aljezur para a prática de surf a nível desportivo e turístico, bem como propor medidas para a valorização deste produto no território. Pretende-se ainda discutir quais os contributos que um produto turístico de surf, associado a uma oferta de alojamento específica e integrada, poderá ter para a comunidade local.

Espera-se confirmar a premissa de que o TS pode contribuir para dinamizar significativamente a atividade turística na região do estudo e justificar o potencial da criação de um empreendimento com uma oferta devidamente organizada.

Assim, este estudo visa ainda atingir um conjunto de objetivos específicos, nomeadamente:

- Identificar a potencialidade do território do estudo para o TS;
- Analisar e avaliar a viabilidade de implementação do projeto SH no concelho de Aljezur;
- Desenvolver uma proposta que valorize a região e dê notoriedade ao concelho como destino turístico para a modalidade;
- Determinar as condições fundamentais para implementar o projeto SH para que este possa contribuir para o desenvolvimento local;
- Desenvolver um produto diferenciador com o intuito de obter qualidade e distinção.

## **1.3. Premissas**

A capacidade de revitalizar a atração de turistas, a diversificação e qualificação do setor do turismo e lazer são objetivos previstos pelo Governo Português para o destino Algarve (PENT, 2013).

Este trabalho pretende assim, justificar o desenvolvimento dum projeto de uma SH, com o objetivo de contribuir para a dinamização da atividade turística na região do estudo. O desenvolvimento deste trabalho está assente nas seguintes premissas:

- O surf é um importante produto turístico para vários territórios costeiros;
- A aposta no TS, em combinação com outras atividades complementares, contribui para o desenvolvimento da região;
- A combinação da modalidade com integração de medidas de sustentabilidade garante a preservação dos recursos naturais;
- O TS desenvolve e promove turisticamente o município em estudo, contribuindo para a redução da sazonalidade.

#### **1.4. Metodologia**

O trabalho desenvolve-se através da pergunta de partida “Pode o turismo de surf contribuir para dinamizar a atividade turística na Costa Vicentina?”. Para responder a esta questão serão efetuadas pesquisas bibliográficas relacionadas com a temática do turismo de nicho, com o surf e com o território. Será realizada ainda uma análise de *benchmarking* a projetos de referência e do mesmo género do que se pretende desenvolver, a fim de salientar o que de melhor tem sido feito nesta área e quais as vantagens deste tipo de projetos.

Numa segunda fase será feita uma apresentação do território onde se desenvolve o projeto, recorrendo a uma matriz SWOT da Costa Vicentina (CV) a fim de destacar as potencialidades naturais do mesmo e atual oferta do TS. Posteriormente serão realizadas entrevistas estruturadas de forma a obter, através de análise qualitativa, as características consideradas mais significativas do território e necessidades dos turistas de surf. Será com base na análise dos dados recolhidos e através das opiniões dos especialistas que se determinará e justificará as propostas de ações, desenvolvimento e conceção do projeto.

Foi escolhida a análise qualitativa de dados de forma a recolher opinião junto de indivíduos com experiência profissional neste setor turístico e ainda por praticantes de surf, conhecedores da região do estudo. A escolha deste método, por se tratar de um processo individual que tem como foco a fidelidade ao universo da vida quotidiana dos entrevistados, permite o entendimento da região do estudo, segundo a perspetiva destes, interpretando a partir daí.

Na fase seguinte procedeu-se à definição do projeto da SH, contando com a informação resultante da análise às entrevistas e com a experiência profissional e pessoal da mestranda, tanto relativa à atividade de surf como ao território em causa.

Por fim, espera-se com esta investigação, averiguar a melhor forma de conceber um projeto deste género e identificar qual a sua possível contribuição para a dinamização do TS na região do estudo.

### 1.5. Estrutura da dissertação

A dissertação é constituída por cinco capítulos. Este primeiro capítulo (figura 2) diz respeito à introdução, onde se expõe o enquadramento geral da temática, os objetivos, as premissas, metodologia e a estrutura da dissertação.

Nos seguintes capítulos (figura 2) é realizado um levantamento do estado de arte das áreas consideradas relevantes para o trabalho. O segundo capítulo caracteriza sumariamente o setor do turismo na natureza, abordando as suas diferentes temáticas, em concreto, do turismo de nicho, de aventura, desportivo, náutico e de surf. Caracteriza-se aqui o TS como atividade desportiva e produto turístico, assim como, os impactes provocados pelo mesmo. Define-se, ainda, a importância do TS através de uma análise *benchmarking* com o intuito de conhecer as melhores práticas e quais as vantagens deste tipo de projetos dedicados ao TS a nível internacional.

No terceiro capítulo (figura 2) apresenta-se o território onde será implementada a SH e aproveita-se para mostrar o potencial da CV como destino de surf, caracterizando geográfica e socioeconomicamente o território. Para melhor analisar a região recorre-se a uma análise SWOT e à caracterização do potencial da oferta de TS.

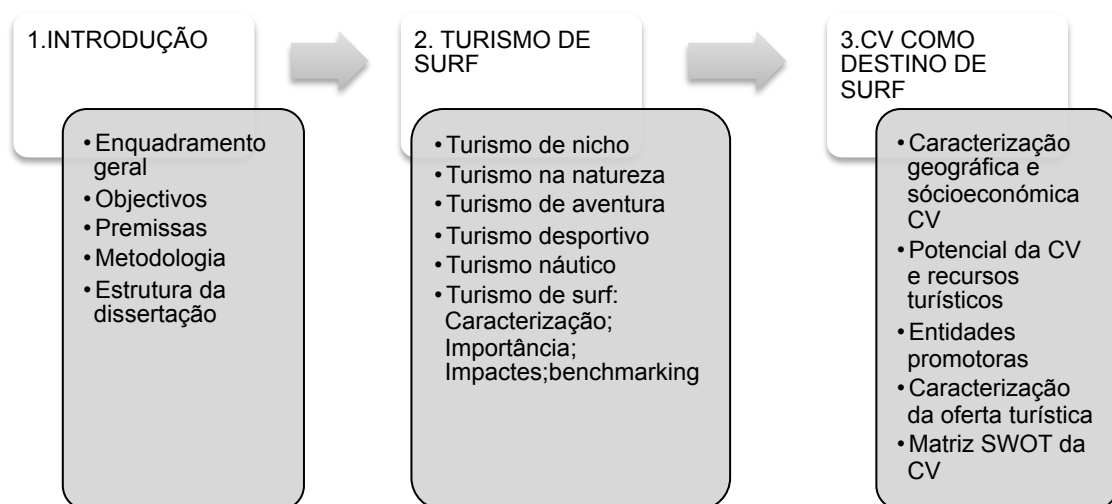


Figura 2 – Estrutura da dissertação – Capítulo 1 a 3.

No quarto capítulo (figura 3) descreve-se o processo metodológico adotado para a realização das entrevistas, de forma a recolher a opinião junto de um conjunto de peritos da área em estudo, composto por profissionais e indivíduos com experiência considerada relevante para o estudo. É ainda neste capítulo que se apresentam os resultados da análise às entrevistas e a metodologia de desenvolvimento do projeto, tendo em conta a prossecução dos objetivos pretendidos.

Posteriormente caracteriza-se o projeto da SH tendo em conta as vantagens para o território e os elementos diferenciadores para os potenciais clientes, justificando aqui, a escolha da sua localização (figura 3). Apresenta-se a SH a nível das suas instalações e arquitetura, definindo aqui o produto, os serviços e o seu público-alvo, assim como, a estratégia de divulgação e promoção da mesma.

No quinto e último capítulo apresentam-se as considerações finais, analisando criticamente todos os pressupostos formulados, limitações do projeto e perspectivas futuras.

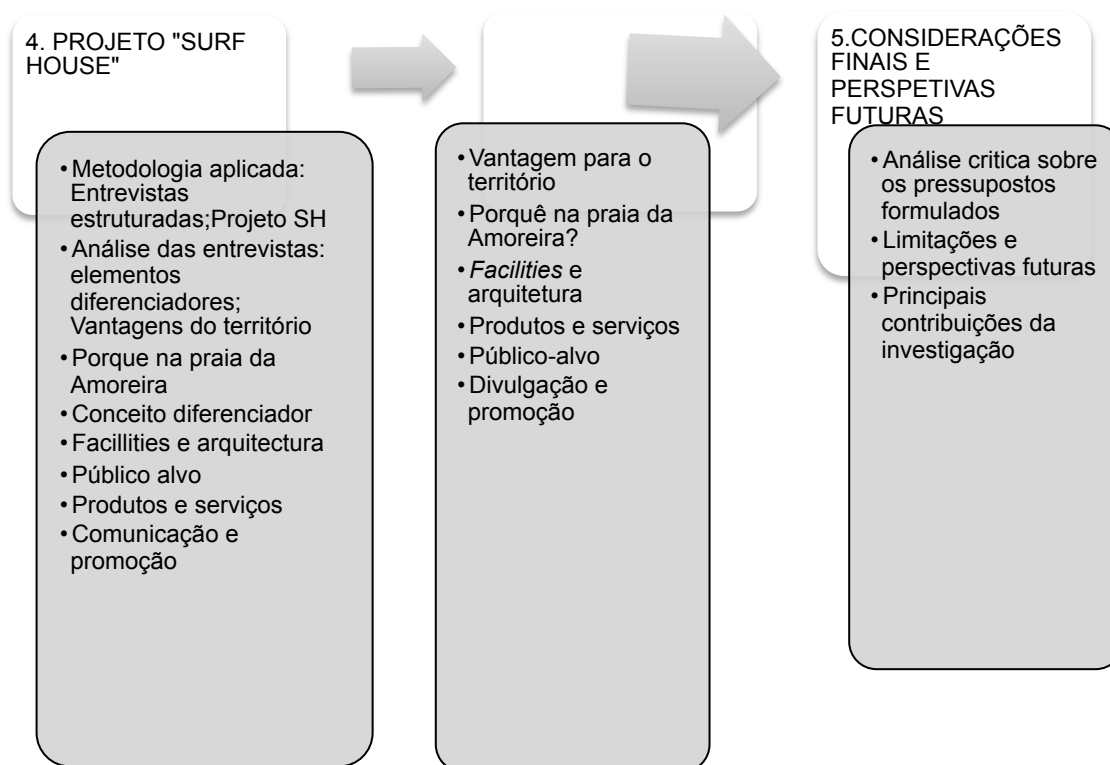


Figura 3 – Estrutura da dissertação – Capítulo 4 e 5.

## **2. TURISMO DE SURF: UM TURISMO DE NICHOS E NA NATUREZA**

### **2.1. Introdução**

Neste capítulo será apresentado um levantamento do estado da arte nas áreas relevantes para o desenvolvimento desta dissertação. Apresenta-se aqui a caracterização das diferentes temáticas do setor do turismo consideradas mais importantes para este trabalho, nomeadamente o turismo de nicho, na natureza, de aventura, desportivo, náutico e de surf.

Uma vez que o projeto associado a esta dissertação assenta numa vertente muito concreta do turismo, será aqui realizada uma apresentação mais detalhada do TS, enquadrando-o como atividade desportiva e produto turístico.

Aproveita-se ainda para destacar a importância e o contributo que o turismo de surf tem para Portugal e analisa-se o exemplo de três empresas internacionais que trabalham especificamente este tipo de turismo, a fim de percebermos quais as dimensões mais presentes nos produtos e serviços oferecidos.

### **2.2. O Turismo de nicho**

O mercado do turismo de nicho corresponde, segundo Ignarra (2003), a uma forma diferenciada de se vender produtos e serviços turísticos, para públicos específicos em que se personaliza a venda, sendo a sua limitada procura, um dos principais critérios de identificação. Esta tipologia de turismo está estritamente associada à tendência de segmentação e especialização dos produtos e dos visitantes (Silva, 2013) e resulta da busca do turista pela materialização dos desejos e por experienciar o autêntico e o real (Simões e Ferreira, 2009). Desta forma, o mercado procura adaptar-se às necessidades e expectativas criadas pelos turistas, através da diversificação de produtos e serviços turísticos (Urry e Larsen, 2011), com modelos cada vez mais singulares.

O turismo de nicho configura-se assim como uma oportunidade de inovação e de promoção no processo de desenvolvimento, não só turístico, mas também territorial (Simões e Ferreira, 2009). Segundo os mesmos autores, é importante identificar a potencialidade e oferta dos territórios como fatores de relevância, na segmentação e especificação dos produtos.

Novelli (2005, p. 5) afirma ainda que "o turismo de nicho pode ser decomposto em macro nichos (produtos relativamente grandes, e.g. turismo na natureza ou turismo rural) e micro nichos (segmentos ou subprodutos mais específicos, e.g. geoturismo ou BTT)".

Reforçando esta ideia, Silva (2013, p. 98) indica que "esta abordagem pressupõe que o turismo de nicho resulta da segmentação do mercado em partes mais pequenas, tanto a nível do produto como do território". Assim, produtos como o turismo na natureza, aventura, desportivo ou mais específicos, como o surf, são geralmente identificados como turismos de nicho. O mesmo autor afirma ainda que

*"o turismo de nichos está associado a um serviço mais personalizado, de reduzida escala, direcionado para um pequeno grupo de clientes com características e necessidades semelhantes, compelindo os destinos e operadores a aprofundar o conhecimento dos potenciais turistas" (Silva, 2013, p. 99).*

Esta tipologia de turismo, constitui uma oportunidade para regiões menos divulgadas se afirmarem no mercado competitivo, apostando em fatores de diferenciação e diversificação da oferta, permitindo o envolvimento de mais agentes e repercutindo-se no aumento dos serviços de menor escala e investimento (Silva, 2013). O turismo de nicho pode mesmo constituir-se como um instrumento de desenvolvimento regional, na medida em que contribui para a redução da sazonalidade dos destinos e para o aumento do número de turistas Silva (2013).

### **2.3. O Turismo na Natureza**

O turismo na natureza é atualmente um dos segmentos do mercado turístico com maior desenvolvimento a nível mundial (PENT, 2013). No entanto, existe dificuldade em quantificar o seu crescimento, já que os dados e valores de crescimento disponíveis são muito variáveis, não se baseando em definições comuns às várias entidades que realizam os estudos. Por exemplo, segundo o THR (2006a, p. 9) "as viagens de natureza têm registado um crescimento situado à volta dos 7% ano", enquanto que Mehmetoglu (2006) refere valores entre 10% a 30% ao ano e menciona que de acordo com a Sociedade Internacional de Ecoturismo (SIE) os valores chegam aos 60%.

Relativamente à procura, o THR (2006a) afirma ainda que o turismo na natureza é o principal motivo de viagem para 9% dos turistas europeus. De acordo com este mesmo estudo, as viagens de turismo na natureza, a nível europeu, têm vindo a aumentar. As previsões aí realizadas indicam que a sua taxa de crescimento tenderá a aumentar no futuro, sendo que para tal contribuirão fatores como:

*"maior e crescente consciência ambiental entre a população dos países emissores de turismo; preferência por áreas envolventes não massificadas como destino de viagem; preferência por férias ativas em detrimento de férias passivas; procura de experiências com elevado conteúdo de autenticidade e de valores éticos; forte presença de ofertas de viagens*



*de natureza na internet, acessíveis a uma fatia crescente populacional." (THR, 2006a, p. 17)*

Muito embora, o produto com maior peso na procura em Portugal seja o de praia e sol, a afirmação de outros produtos estratégicos é crescente e essencial para o desenvolvimento do setor, como é o caso dos circuitos turísticos, as estadias de curta duração em cidade, o turismo de negócios, o golfe, o turismo na natureza, o turismo náutico, o turismo residencial, o turismo de saúde e a gastronomia e vinhos (PENT, 2013).

Na realidade, os turistas acabam, com maior ou menor intensidade, por participar em atividades relacionadas com o turismo na natureza. Assim, embora a maioria dos destinos possa não ter capacidade para captar esta procura específica de turismo na natureza, pode complementar, diversificar e enriquecer a sua oferta de produtos e serviços através de atividades na natureza (AEP, 2008).

Definir o conceito de turismo na natureza pode tornar-se difícil. Silva (2013, p. 164) afirma que "a terminologia para o produto turismo na natureza é bastante diversificada, destacando-se para além desta, as expressões turismo na natureza, turismo natureza, turismo de natureza e turismo em espaços naturais". A própria definição de turismo na natureza continua a ser complexa e múltipla, não existindo uma definição dominante e aceite universalmente (Silva, 2013). Apesar da variedade de sinónimos e diferentes conceitos, optar-se-á por utilizar nesta dissertação o termo "turismo na natureza", interpretando-o, de acordo com Silva (2013, p. 165), como sendo

*"qualquer tipo de turismo que consista na visitação de territórios predominantemente naturais com objetivo de apreciar e fruir da natureza, ou na prática de atividades e experiências diretamente relacionadas com os recursos naturais." Silva (2013, p. 165)*

Segundo o PENT (2013) o turismo de natureza é considerado um dos 10 produtos estratégicos para Portugal. Em 2006, o Turismo de Portugal (TP) publicou um estudo que considera que a principal motivação deste subsector é "viver experiências de grande valor, interagir e usufruir da natureza" (THR, 2006a, p. 9). Este estudo analisa as tendências do mercado, propõe a criação de novas propostas de consumo definindo novos modelos de cooperação entre os destinos turísticos, com o intuito de aumentar a capacidade competitiva do país e o desenvolvimento do mesmo. Refere que o turismo de natureza integra atividades desportivas, contemplação da natureza e atividades de interesse especial, observação de fauna ou flora entre outras. Sugere também dois tipos de segmentação de mercado: o primeiro, de natureza *soft* em que "as experiências se baseiam na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação de fauna, etc.)" (THR, 2006a, p. 9) e representando

80% das viagens de natureza; e o segundo, de natureza *hard* em que as experiências estão relacionadas "com a prática de desportos na natureza (*rafting*, *surf*, canoagem, montanhismo, escalada, entre outros) e/ou de atividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (*birdwatching*, etc.)" (THR, 2006a, p. 9), apenas com 20% do total de viagens.

Apesar do estudo acima mencionado classificar algumas atividades como sendo *hard* (e.g. *birdwatching*) por exigir, segundo o THR (2006a), um elevado grau de conhecimento, Silva (2013) sugere que as atividades devem antes estar sujeitas "à perceção de competências do público-alvo, das condições do meio e da intensidade e dificuldade associadas à realização de cada atividade" (Silva, 2013, p. 176).

Batista (2010, p. 55) destaca que, ao considerar

*"a opção estratégica de Portugal de centralizar, a curto/médio prazo, os esforços na estruturação de produtos para o mercado de turismo de natureza soft, as experiências deverão ter um alto conteúdo de entretenimento, aprendizagem e de prazer estético, conteúdo que é perfeitamente compatível com o tipo de atividades que mais frequentemente realizam os consumidores/praticantes de turismo de natureza nas suas modalidades menos especializadas." Batista (2010, p. 55)*

Tentando colmatar a lacuna entre atividades *hard* e *soft*, mas ao mesmo tempo complementar a terminologia anterior, em 2012 foi efetuada uma atualização do Produto Turismo de Natureza, onde se apresentaram duas novas categorias (THR, 2012, p. 6):

*"Turismo generalista de natureza: viagens onde se procura desfrutar da natureza de forma ativa, realizando atividades diversas, próprias das zonas visitadas. Inclui excursões, caminhadas, rafting, visitas a grutas, passeios a cavalo e de bicicleta entre outros (...).*

*Turismo especialista de natureza: viagens onde se procura desfrutar de um hobby<sup>2</sup> ou praticar um desporto de natureza concreto. Nestas viagens pratica-se por norma apenas uma tipologia de atividade. Inclui BTT, observação de aves, escalada, caiaque, trekking, entre outras (...)." (THR, 2012, p. 6).*

Relativamente ao perfil do turista de natureza, o estudo realizado em 2006 refere que este difere tanto ao nível do perfil "sociodemográfico como nos hábitos de consumo, quer se trate de consumidores de turismo de natureza *soft* ou *hard*, revelando-se um consumidor de perfil e hábitos muito mais precisos e específicos" (THR, 2006a, p. 16).

Subjacente a todas as estratégias e contribuições está a constatação de que um turista na natureza, portador de uma elevada consciência ambiental e ecológica, tem como

---

<sup>2</sup> *Hobby*: atividade praticada por prazer, no tempo livre.

principal motivação descansar e relaxar na natureza (THR, 2006a), podendo ainda acrescentar-se a fruição de experiências ativas e a prática desportiva.

Para se competir no mercado de turismo na natureza torna-se fundamental que existam espaços naturais atrativos que, através da paisagem, fauna, flora, geologia e geomorfologia, tornem o local num "ecossistema" com diversidade e interesses singulares. No caso do território português, as Áreas Protegidas e a Rede Natura representavam, em 2008, 21% do total do território, podendo contribuir para um rápido crescimento das atividades de turismo na natureza (THR, 2006a), se devidamente planeados e organizadas.

Segundo Soifer (2008), o turismo na natureza pode também contribuir para o desenvolvimento local e regional, atuando em áreas como:

- Diversidade da economia regional, ao potenciar micro e pequenos negócios;
- Criação local de empregos;
- Fixação da população;
- Criação de alternativas de receitas para Parques Naturais e Áreas Protegidas;
- Melhoria dos equipamentos nas áreas protegidas;
- Contribuição para a diminuição da sazonalidade da procura turística.

### **2.3.1. O Turismo de aventura**

Embora não só ligado à natureza, mas representando um nicho de mercado de grande importância em que se destaca o conjunto das atividades turísticas de ar livre, o turismo de aventura é um segmento do mercado turístico que se tem vindo a desenvolver nas últimas décadas.

No seu relatório anual, o Adventure Tourism Development Index de 2012, a ATTA (Adventure Travel Trade Association) afirma que o segmento do turismo de aventura teve um crescimento de 17% entre os anos de 2009-2010. Este relatório refere ainda os turistas de aventura se identificam pelo seu interesse em explorar a natureza e capacidade de experienciar e aprender sobre a cultura local de forma autêntica (ATTA, 2012). Também neste caso, não existe uma definição comumente aceite sobre o que se considera uma viagem ou turismo de aventura. Neste relatório, a ATTA considera que uma viagem pode ser classificada de "aventura" quando existe atividade física, interação com a natureza e cultura. Buckley (2006), por seu lado, salienta que "aventura" pode assumir "diferentes significados para diferentes pessoas" mas também "coisas diferentes para diferentes turistas" (Buckley, 2006, p. XVii).

Segundo Silva (2013, p. 175), a noção de turismo de aventura assume-se "essencialmente como um nicho do turismo de natureza associado à prática de desporto de aventura". Ao relacionar-se com níveis elevados de atividade, na maior parte do tempo, ao ar livre, este nicho "depende muito das características dos seus participantes, podendo ser baseada na perceção pessoal de risco, no nível físico do viajante ou sustentado na formação do mesmo e nas experiências de vida" (Shephard e Evans, 2005, 202).

O turismo de aventura pode integrar várias atividades que se enquadram em ambas as categorias do turismo na natureza mencionadas anteriormente (*soft* e *hard*), destacando-se o esqui, o snowboard, o montanhismo, a escalada, o surf, o mergulho, o *rafting* e o BTT. No entanto, pode também incluir atividades tais como visitas a comunidades locais, "regiões polares, desertos, selvas, montanhas ou à procura de grandes animais selvagens perigosos" (Buckley, 2006, p. XVii).

Segundo Buckley (2006), os produtos de turismo de aventura são bem definidos e reconhecidos pelo setor da indústria turística. As atividades de aventura são essencialmente produtos construídos comercialmente para clientes que pretendem participar em atividades ao ar livre, procuram acima de tudo emoções, e não tanto o cenário onde se desenrola a atividade.

No entanto, Beedie e Hudson (2003) afirmam que a criação de critérios específicos para um produto de "aventura", não pode existir, argumentando que existe dificuldade em estabelecer um equilíbrio entre o que o cliente paga e as suas expetativas, tendo em conta os níveis aceitáveis de segurança e risco. Shephard e Evans (2005) indicam que qualquer produto de turismo de aventura pré-determinado e definido pode ser visto como um falso produto de aventura: um produto de turismo de aventura deve ser concebido *a priori* sem quantificar nem qualificar qualquer nível de expetativas, uma vez que não se pode prever a forma como uma atividade terminará.

Reconhecendo o potencial da natureza e do turismo de aventura, muitos países estão a dar prioridade a este segmento de mercado e, com o intuito de uma maior captação de turistas. Estes países apostam na atualização das suas marcas, no estabelecimento de redes com parcerias público-privadas e na revisão das políticas para uma melhor promoção e para o desenvolvimento das localidades, a fim de se valorizarem como destinos de turismo de aventura (ATTA, 2012).

### 2.3.2. Turismo desportivo

Também, inevitavelmente associado à natureza e à aventura, encontramos o turismo desportivo que nas últimas duas décadas tem vindo a ser estudado com o intuito de se estabelecer como um legítimo campo de investigação (Weed, 2008).

Em 1999, Standeven e De Knop, no livro *Sport Tourism*, são os primeiros autores a reconhecer o desporto como fator turístico, descrevendo os impactes económicos, ambientais, socioculturais e de saúde do turismo desportivo. Estes autores consideram que turismo desportivo é responsável por

*"todas as formas ativas e passivas que envolvem a atividade desportiva, participada ou organizada casualmente, por razões não comerciais ou de negócios/comerciais, que necessitam de viajar para longe de casa e do trabalho local."* (Standeven e Knop, 1999, p. 12)

Weed (2008, p. 4) realça ainda a existência de várias investigações no domínio do turismo desportivo, entre 1991 e 1994, que "comprovam o interesse nesta área, estabelecendo o turismo desportivo como um fenómeno significativo na sociedade contemporânea". O turismo desportivo é apresentado por este autor como mais do que a soma de desporto e turismo, mais do que um subconjunto da gestão desportiva ou mesmo mais do que um nicho de mercado - o turismo desportivo "é um fenómeno social, económico e cultural, surgindo de uma interação única entre a atividade, as pessoas e o lugar" (Weed, 2008, p. 7).

Para Hudson (2003) o turismo desportivo caracteriza-se por dois tipos de comportamentos perante o mesmo: os que se deslocam para praticá-lo e os que se deslocam para observá-lo. Assim, dentro do turismo desportivo é crucial distinguir e analisar o tipo de participação do turista podendo esta ser passiva ou ativa. Segundo Carvalho e Lourenço (2013) a participação de turistas em atividades ou contextos desportivos pode agrupar-se em três tipologias (figura 4):

- **Turismo de prática desportiva:** define-se como o conjunto de turista que, independentemente do principal intuito da viagem, pratica qualquer atividade desportiva, seja competitiva ou recreativa. Este turista pode ser do tipo "entusiasta", isto é, ter como objetivo a prática de uma atividade desportiva específica, ou do tipo "esporádico" que pratica qualquer atividade;
- **Turismo de espetáculo desportivo:** define-se como o conjunto de atividades desportivas que os turistas usufruem enquanto espetadores. O "turista espetador" é aquele que durante a sua viagem assiste a qualquer espetáculo ou evento desportivo e por isso considerado viajante de "participação passiva";

· **Outros contextos turísticos-desportivos:** representam nichos de mercado bastante específicos, como o *staff* de uma competição, os *workshops* de formação desportiva complementares e os estágios pré-competitivos das equipas de desporto profissional, entre outros, que não se podem definir como participantes nem como passivos.

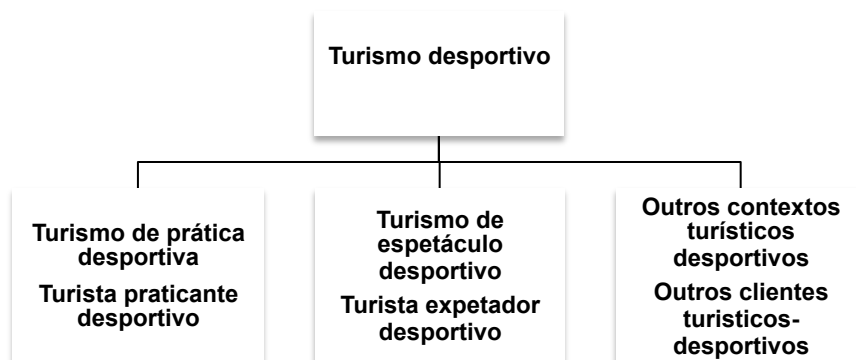


Figura 4 – Principais tipos de turismo desportivo (Fonte: (Carvalho e Lourenço, 2013).

De acordo com os autores referidos, esta classificação foi definida com base no tipo de intervenientes e nas diferentes implicações que o turismo desportivo pode ter a nível estratégico, no que diz respeito ao desenvolvimento económico dos destinos. Por exemplo, a mediatização das competições a nível global e o desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação em larga escala, são fatores que levam à deslocação de visitantes, pelo que os eventos desportivos assumem um papel relevante tanto na capacidade de atração turística direta, como na visibilidade do destino e na sua contribuição para a promoção do país, a nível internacional.

Relativamente ao perfil do turista desportivo, este foi analisado por Latiesa e Paniza (2006), em três países (Alemanha, Holanda e França), concluindo tratar-se essencialmente de turistas entre os 25 e 45 anos de idade, de classe média/alta e residentes em centros urbanos. O estudo menciona também que os parâmetros que melhor identificam este perfil estão intimamente ligados à noção pessoal de turismo, aos traços psicográficos e comportamentais, mais do que com variáveis meramente demográficas (Latiesa e Paniza, 2006).

Reforçando a importância da associação do desporto ao turismo, realizou-se em 2001, a primeira Conferência Mundial sobre Desporto e Turismo em Barcelona. Latiesa e Paniza (2006) destacam da conferência, alguns resultados e tendências para o crescimento do turismo desportivo:

- *"O desporto começa a ser um fator importante na oferta de destinos turísticos, permite assim diferenciar-se e ser mais competitivo no mercado internacional;*

- *Os desportistas profissionais passam a ter uma grande importância no mercado dos destinos turísticos;*
- *Os grandes eventos desportivos constituem uma excelente campanha de imagem de marca para os destinos que querem potenciar a sua vertente turística. O desporto e o turismo são fontes de inovação na forma de utilização do tempo de lazer;*
- *Os mais jovens descobrem novas formas de turismo e novos desportos que muitas vezes se popularizam e chegam a converter-se em fenómenos de massas;*
- *O consumidor no geral está a mudar rapidamente os seus hábitos. A ascensão do desporto e do turismo deve-se em grande parte às mudanças nos hábitos de consumo, de informação e prioridade por parte dos consumidores, e espera-se que se intensifiquem no futuro;*
- *Prevê-se um aumento das atividades de turismo desportivo em contacto com a natureza. Ao mesmo tempo que aumentam as experiências realizadas em ambientes artificiais;*
- *As atividades soft (caminhadas, natação, entre outros) terão um maior crescimento nos próximos anos;*
- *As empresas dedicadas ao turismo desportivo especializam-se em aumentar a oferta de serviços e experiências aos seus clientes;*
- *É necessária uma cooperação entre as entidades privadas e públicas já que os interesses não são divergentes, mas sim complementares." (Latiesa e Paniza, 2006, pp. 147-148 )*

Latiesa e Paniza (2006) afirmam ainda, que existem dois problemas no desenvolvimento do turismo desportivo: a falta de estatísticas e informação quantitativa e qualitativa, assim como a falta de medidas concretas para a realização de um turismo desportivo sustentável. Sugerem ser imperativo, criar modelos de gestão ao nível organizacional de eventos desportivos e no desenvolvimento de novos destinos para o turismo desportivo, através de critérios relacionados com a sustentabilidade e preservação ambiental.

### **2.3.3. Turismo náutico**

Tendo em consideração a dimensão da costa portuguesa continental, com 943 km, esta é indiscutivelmente um significativo recurso para a atividade turística, não só associada ao turismo balnear, mas também ao turismo náutico. O turismo náutico é um segmento do turismo costeiro onde se associam as práticas de lazer e atividades desportivas em contacto com o mar, sendo muitas vezes classificado como um subtipo de turismo desportivo (Rodríguez, 2004). Muito do turismo náutico pode ainda integrar-se dentro do turismo na natureza, porque se suporta nos recursos naturais (Silva, 2013).

Segundo o estudo do THR (2006b) a principal motivação deste tipo de turismo é "desfrutar de uma viagem ativa em contacto com a água, com a possibilidade de realizar todo o tipo de atividades náuticas, em lazer ou em competição" (THR, 2006b, p. 9). Neste

plano, o turismo náutico é um dos dez produtos turísticos estratégicos para o país, onde segundo o mesmo, o mercado se divide em dois segmentos:

*"Náutica de recreio – experiências relacionadas com a realização de desportos náuticos ou de charter náutico, como forma de lazer e entretenimento. Inclui uma grande variedade de desportos: vela, windsurf, surf, mergulho, etc. Representa cerca de 85% do total das viagens náuticas.*

*Náutica desportiva – experiências baseadas em viagens realizadas e cujo objetivo é particular em competições náutico-desportivas. É um mercado muito específico, com as suas próprias regras de funcionamento. Representa 15% deste sector." (THR, 2006b, p. 9)*

Este documento indica ainda que o mercado de náutica de recreio é a principal motivação para a realização da maioria das viagens de turismo náutico (THR, 2006b). Por outro lado, a procura secundária de náutica de recreio, corresponde essencialmente a turistas que viajem por outras motivações e acabam por realizar atividades náuticas (e.g. turistas que viajam pelo segmento sol & mar) (THR, 2006; Gamito, 2009).

Este segmento do turismo náutico inclui uma grande variedade de atividades, podendo estar ou não associadas à competição. São considerados como atividades e desportos náuticos: "a vela ligeira, o *windsurf*, o *kitesurf*, o surf, o *bodyboard*, o *rafting*, o remo, a canoagem, as várias modalidades de *kayak*, o *ski* aquático, a motonáutica e mesmo a pesca desportiva, caça submarina e o mergulho" (Gamito, 2009, p. 45). Entre todas as atividades referidas destacam-se o surf, o *kitesurf* e o mergulho, como sendo as modalidades que mais têm contribuído para o crescimento do setor turístico do país, através de novas oportunidades económicas (Gamito, 2009).

O surf em particular, tem vindo a ganhar notoriedade em Portugal, tanto a nível nacional, como internacional. Isto deve-se à mediatização obtida através de algumas competições mundialmente conhecidas em praias de grande potencial para a prática da modalidade no nosso país (e.g. Praia de Supertubos em Peniche, Ribeira de Ilhas na Ericeira, entre outras). Os atletas nacionais de surf, que participam nestas competições, contribuem também para o reconhecimento da modalidade e divulgação do país (Gamito, 2009).

A vantagem que estes desportos têm relativamente a outros, é que podem ser praticados em qualquer altura do ano e na maioria do litoral português, associados a outros produtos/consumos complementares, designadamente ao nível do alojamento e alimentação, quer para os praticantes, quer para quem os acompanha, como por exemplo a sua família. Consequentemente podem contribuir para um aumento de receitas, que por sua vez criará mais postos de trabalho e uma melhor qualidade de vida para os habitantes das regiões onde se desenvolve, contribuindo também para



consolidar a atratividade do nosso país como destino turístico (Gamito, 2009; Reis, 2012).

#### **2.4. Surf: de atividade desportiva a produto turístico**

A prática de surf "é um movimento sincronizado com o ritmo do oceano", onde se desliza a onda aproveitando uma explosão de energia da mesma (McCloud, 2005, p. 16). É uma experiência física e emocional que pode ser realizada com o próprio corpo (bodysurf<sup>3</sup>), de pé, ou sobre vários tipos de pranchas de surf. Formadas pelo vento à superfície do oceano, as ondas são o elemento essencial para a prática de surf. O vento, mais concretamente a sua velocidade e direção, e o nível de profundidade da água, que permitem ou impedem o crescimento da onda (McCloud, 2005), são os elementos que mais condicionam as suas características. Como atividade, o surf exige dos seus praticantes força, resistência, balanço, estrutura mental e física. É necessário ter estamina, compromisso e paciência e, acima de tudo, coragem para ir até ao *outside*<sup>4</sup> (McCloud, 2005).

Com origem nos antigos povos polinésios por volta do século XI e promovendo a ligação entre o Homem e o mítico e sagrado, com o culto do mar, o surf desenvolveu-se nas ilhas Havaianas (Kampion e Brown, 2003, Warshaw, 2003).

Considerado o embaixador do surf, Duke Kahanamoku foi o grande divulgador do surf na primeira metade do século XX pela Europa, América e Austrália (Kampion e Brown, 2003).

A evolução da modalidade e o desenvolvimento da tecnologia do fabrico de pranchas, que passaram a ser produzidas com materiais mais leves, assim com o aparecimento dos fatos neopreno, foram fatores importantes para impulsionar a modalidade e atrair cada vez mais jovens a partir da década de 1960. Surgiram nesta época, inúmeros filmes, revistas, marcas de roupa e até música relacionados com o surf, contribuindo para a divulgação e desenvolvimento da modalidade, assim como para o nascimento da cultura do surf e de um estilo de vida a ele associado (Kampion e Brown, 2003, Warshaw, 2003).

Kampion e Brown (2003) afirmam que inicialmente, a nível competitivo, existiam apenas alguns concursos de surf e que, em 1964, surgiu o primeiro campeonato do mundo, realizado em Manly, na Austrália, onde participaram americanos, peruanos, ingleses,

---

<sup>3</sup> Bodysurf: Prática do surf com o próprio corpo.

<sup>4</sup> *Outside*: Qualquer local depois da zona de rebentação.

australianos, entre outros atletas de outras nacionalidades. Segundo estes autores, a evolução dos equipamentos de surf, como a redução do tamanho das pranchas e a introdução em 1971, do *leash*<sup>5</sup> (que permite maior segurança dentro de água), revolucionou a modalidade.

A partir do final dos anos 70 os campeonatos de surf foram evoluindo e ao longo das últimas décadas ganhando maior expressão através da evolução dos praticantes a atletas e profissionais, da tecnologia (fatos, pranchas, informação), e das várias competições a nível local, regional, nacionais e internacionais (Kampion e Brown, 2003).

A forma de aprender a surfar também se alterou bastante nos últimos onze anos. Inicialmente a modalidade foi desenvolvida através da prática individual e do ensino através de amigos ou através da observação de outros surfistas (Fluker, 2003). Posteriormente, as associações desportivas contribuíram muito para o desenvolvimento do surf, tornando-se as primeiras entidades a dinamizar o ensino do surf, organizando competições e fomentando o crescimento do número de praticantes e nível técnico dos mesmos.

Atualmente são as escolas de surf que mais impulsionam o desenvolvimento desta atividade, sendo que "os praticantes iniciantes de surf podem agora pagar por aulas aumentando e acentuando o nível de aprendizagem" (Fluker, 2003, p. 4).

Segundo os autores Bicudo e Horta (2009) o número de escolas em Portugal têm vindo a aumentar nos últimos anos, provocando uma saturação do mercado nacional de aulas de surf. Para aceder a um mercado mais amplo, algumas escolas tem aproveitado o potencial turístico das localidades (e.g. Algarve, Peniche e Ericeira) onde exercem a atividade, para desenvolver e diversificar os seus negócios, convertendo-os por exemplo, em *surfcamps*<sup>6</sup> e *hostels* de pequena envergadura, ao mesmo tempo, que desenvolvem parcerias com hotéis locais e pacotes mais específicos, que incluem aulas de surf, material (fato e prancha), transporte e *tourings* (Buckley, 2002, Bicudo e Horta, 2009, Maximiliano, 2013). De acordo com a Federação Portuguesa de Surf (FPS), no ano de 2014 encontram-se registadas, ao longo de todo o país, 79 clubes e 186 escolas (FPS, 2014).

Para além das aulas a iniciados, as escolas de surf contribuem também para tornar a atividade mais acessível aos turistas, enriquecendo a sua experiência de viagem, não sendo por vezes fácil de desenvolver a atividade através de outro tipo de operadores turísticos. Estas entidades podem ainda contribuir para o desenvolvimento económico da

---

<sup>5</sup> *Leash*: Equipamento que prende a prancha de surf ao pé

<sup>6</sup> *Surfcamps*: combinação de alojamento com aulas de surf.

sua região através da criação de postos de trabalho e reforçando a cultura de surf destes locais (Cale, 2012).

O produto turístico é, segundo Beni (1998, p. 192), "um conjunto composto de bens e serviços produzidos em diversas unidades económicas, que sofre uma agregação no mercado ao serem postos em destaque os atrativos turísticos". Numa visão mais ampla, o produto turístico é uma mistura de tudo quanto uma pessoa - o turista - pode consumir, experimentar, observar e apreciar durante uma viagem ou estada. No caso do surf, Bicudo e Horta (2009) consideram-no como um produto de nicho, mas que em determinadas regiões ou locais tende a deixar de ser, tal como acontece, como os autores referem, no caso do esqui, que inicialmente era uma atividade que poucas pessoas praticavam e que hoje em dia, a nível turístico, é um fenómeno de massas.

Relativamente ao surf, geralmente os turistas dividem-se em dois grupos: (i) o turista independente, ou seja, o que organiza o seu próprio itinerário recorrendo diretamente a serviços de forma independente (como por exemplo o alojamento, transporte, etc.); (ii) o turista que recorre aos serviços de operadores turísticos ou a agências de viagens (Dolnicar e Fluker, 2003a)

Dolnicar e Fluker (2003a) afirmam que o TS não inclui apenas o turista praticante desportivo, mas também, os espectadores de surf, os seus companheiros de viagem e/ou um grupo de amigos. Com o intuito de estudar o comportamento dos turistas de surf os mesmos autores realizaram um estudo no ano de 2000 na Austrália, onde analisaram as características demográficas e psicográficas de 430 turistas de surf. Os dados recolhidos indicam que 56% dos inquiridos preferem viajar por um período inferior a duas semanas (o equivalente às suas férias), 48% procuram novos destinos de surf e picos de ondas e 73% preferem movimentar-se por diferentes áreas dentro do mesmo destino (Dolnicar e Fluker, 2003b). Os autores Dolnicar e Fluker (2003a, p. 8) afirmam que "*This generally describes the apparently very mobile, experience-gathering travel pattern of surf tourists*".

De acordo com estes autores, para se construir um produto do TS é necessário considerar os atributos do destino e as características que os surfistas acham importantes tais como: ausência de surfistas dentro de água (72%), o nível pessoal de segurança (59%) e qualidade do meio ambiente (58%), entre outros (Dolnicar e Fluker, 2003b).

Este estudo define ainda a existência de cinco *clusters* de surfistas, baseados nos seus perfis psicográficos (anexo 1), valorizando principalmente as seguintes características:

- "**price-conscious safety seekers**" (15% da amostra): qualidade do alojamento; qualidade da alimentação; segurança pessoal; preocupação com saúde; ausência de

surfistas dentro de água, etc.;

- **"luxury surfers"** (19% da amostra): segurança pessoal; qualidade do meio ambiente; etc.;
- **"price-conscious adventurers"** (24% da amostra): segurança pessoal; preocupação com a saúde; comparação de preços; ausência de surfistas dentro de água; etc.;
- **"ambivalents"** (23% da amostra): segurança pessoal; ausência de surfistas dentro de água; etc.
- **"radical adventurers"** (19% da amostra): qualidade do meio ambiente; ausência de surfistas dentro de água; cultura local; sessão de surf local; descoberta de locais secretos de surf; etc.

Segundo Dolnicar e Fluker (2003b) a elevada popularidade de um destino de surf pode ser um problema, tornando-se num destino menos atrativo para o turista de surf. Os mesmos autores afirmam que devem ser consideradas estratégias de planeamento, como a introdução de um sistema que limite o número de surfistas em determinado destino, se necessário. No entanto, esta abordagem, na prática, pode funcionar a bordo de um barco mas, muito dificilmente será implementada num *surf break*, ou em áreas de maior população de surfistas.

Buckley (2002) considera que existem duas tipologias de viagens de TS, nomeadamente:

*"viagens recreativas de surf em que os surfistas planeiam a sua própria viagem pernitando em alojamentos locais ou na sua própria tenda. Estas podem ser de longa ou curta duração em território nacional ou internacional e os seus gastos por dia são tipicamente baixos. (...)*

*Em viagens comerciais de turismo de surf que são planeadas por operadores turísticos que incluem no pacote o transporte, o alojamento e a comida. Os clientes levam, por norma, o seu próprio material e pagam um preço pré-determinado pelo pacote que pode incluir surf safaris<sup>7</sup>, passeios em barcos locais, alojamento em surf camps, resorts<sup>8</sup> ou albergues, com exclusividade a picos de surf conhecidos; entre outros." (Buckley, 2002, p. 407)*

Fluker (2003, p. 4), por outro lado, define três tipologias de viagens de surf, que na realidade são diferentes tipologias de viagens comerciais de TS, distinguindo-as da seguinte forma:

- **"Chater yacht tours ou boat trips"** - onde os surfistas permanecem hospedados a bordo da embarcação que os transporta até às ondas;

---

<sup>7</sup> *Surf safaris*: expedição aos melhores locais para a prática de surf.

<sup>8</sup> *Resort*: Local formado por uma unidade hoteleira e por um conjunto de equipamentos e espaços para lazer e entretenimento (estância turística).

- **"Land based surf tours ou surfaris"** - onde os surfistas viajam por terra e ficam alojados próximos dos locais de prática da modalidade;
- **"Surfcamps"** - alojamentos temáticos dedicados a surfistas.

Referindo-se aos produtos e serviços para turistas de surf, (Dolnicar e Fluker, 2003a) sugerem que os operadores devem criar pacotes de surf baseados na média do número de dias de férias dos praticantes, relacionando a oferta com os diferentes tipos de ondas disponíveis nos diferentes destinos, pois na sua maioria estes turistas procuram novas experiências, novos países e acima de tudo "ondas perfeitas". Este é um conceito muito pertinente para a indústria do turismo, uma vez que a motivação destes turistas para viajar se prende, numa primeira instância, com a qualidade e diversidade de ondas.

Além disso, enquanto o surf, para os operadores turísticos é considerado uma atividade turística, para os surfistas o surf é um desporto competitivo, uma carreira profissional, uma atividade de lazer, um estilo de vida e/ou uma obsessão. Esta diferença de perceção é especialmente significativa para o TS, porque os turistas de surf primeiro são surfistas e, apenas depois, turistas (Buckley, 2002).

## **2.5. Turismo de surf**

### **2.5.1. Caraterização do turismo de surf**

O surf é uma modalidade que se pode integrar nos vários setores turísticos mencionadas anteriormente, desde o turismo de nicho ao turismo náutico. Para Fluker (2003), o surf é entendido como o desporto que resulta da interação intencional do praticante com o meio ambiente. Este autor define o TS como aquele que

*"envolve pessoas que viajam para locais domésticos por um período de tempo não excedendo os seis meses ou para locais internacionais por um período de tempo não excedendo doze meses, que ficam hospedados pelo menos uma noite, onde a participação ativa no surf, (...) é a motivação primária para a escolha do destino." (Fluker, 2003, p. 7)*

Seguindo esta mesma perspetiva, Reis (2012, p. 43) também refere que

*"para os surfistas serem vistos como turistas devem ter a necessidade de se deslocar/viajar para fora de casa ou do local de trabalho, assegurando ainda que este tipo de turismo pode ser doméstico (se os destinos para a prática das modalidades forem dentro das fronteiras do país onde reside) ou internacional (se os destinos com objetivo destas práticas for num país estrangeiro)." Reis (2012, p. 43)*

Buckley (2002) é um pouco mais preciso e entende que o surf deve ser considerado

como turismo "assim que os surfistas viajem pelo menos 40 km e passem a noite fora, onde o objetivo principal da viagem é surfar" (Buckley, 2002, p. 407).

Além disso, o desporto de surf e o ato de viajar são duas atitudes que se complementam, sendo que, para muitos surfistas, "procurar a onda perfeita" se traduz na realização de inúmeras viagens, com vista à concretização deste objetivo. Locais como Bali, Ilhas Mentawai, Fiji, Maldivas, Taiti, África do Sul entre outros, encontram-se entre os primeiros destinos explorados para esse propósito (Dolnicar e Fluker, 2003a).

Atualmente, estes destinos continuam a ser locais de eleição para grande parte dos praticantes de surf. (Dolnicar e Fluker, 2003a) sugerem que o desenvolvimento destes destinos se deve à constante busca por novas experiências por parte dos surfistas e pela distinção do tempo da sua estada nestes locais. Estes destinos passaram a oferecer diferentes tipos de produtos e serviços turísticos, gerando impactos económicos que contribuem para o desenvolvimento da economia local. O TS tem evoluído e acompanhado as tendências do mercado turístico, garantindo o aumento do número de praticantes e de turistas de surf.

Por outro lado, os eventos associados ao surf também contribuem para a dinamização da economia, das regiões onde são implementados. O surgimento de várias competições a nível mundial constituem-se como fatores de atração, aumentando o número de visitantes surfistas mas não só, e contribuindo com variados impactes para o desenvolvimento destes destino e da sua imagem, enquanto destinos de surf (Fluker, 2003). Buckley (2002) afirma ainda que o TS se tornou um fenómeno social, contribuindo não só para o desenvolvimento económico, mas também social e ambiental, o que justifica o interesse pelo estudo académico desta temática.

### **2.5.2. A importância do turismo de surf**

O surf é assumido como um segmento de aposta do turismo náutico, na medida em que diversifica a oferta, capta mercado e dinamiza as economias regionais, enriquecendo assim, a proposta de valor do país ancorada num recurso distintivo - o mar português -, explorando desta forma o potencial turístico associado ao surf, tornando-o num produto âncora em muitos locais. Uma onda de qualidade pode ser um fator decisivo para a reconversão de localidades costeiras criando condições para se atenuar fortemente a sazonalidade e ampliar a procura turística (Silva, 2010, Leal e Cipriano, 2012).

Portugal dispõe assim das condições naturais ímpares necessárias para o desenvolvimento deste segmento que, em conjugação com os serviços complementares

turísticos, como sejam o alojamento, a restauração e a animação desportiva ou cultural, constituem fatores de êxito do seu desenvolvimento. No que se refere ao produto do surf, em particular, Portugal consagra-se como o principal destino de surf da Europa e um dos melhores do mundo (TP, 2014).

Por exemplo em Portugal, Bicudo e Horta (2009) estimam que em 2005 existiam entre 50.000 a 70.000 mil surfistas, a surfar com regularidade, pelo menos uma vez por semana. No nosso país, a evolução do número de surfistas ao longo das últimas décadas aponta para um fator de crescimento entre os 25% e os 30% ao ano (figura 5).

Evolução do número de surfistas em Portugal

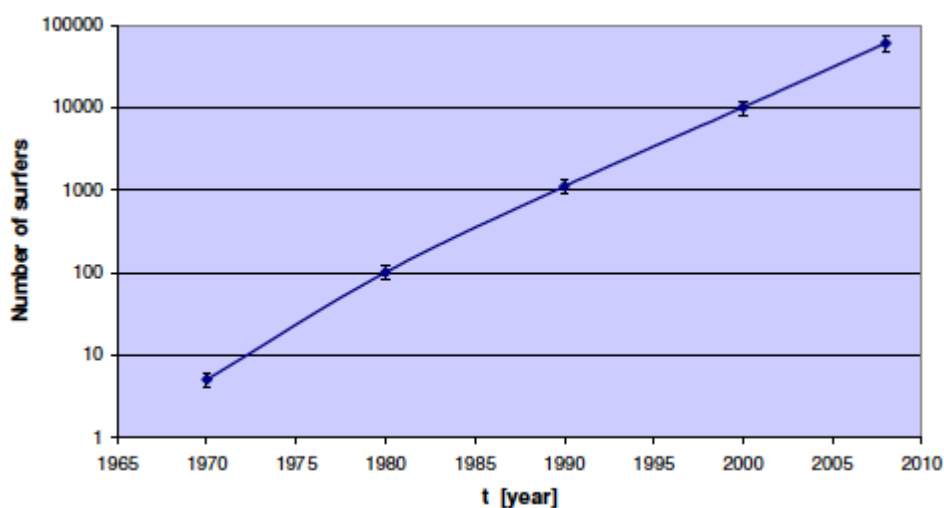


Figura 5 – Evolução do número de surfistas a surfar regularmente em Portugal, pelo menos uma vez por semana, nas últimas décadas. Fonte: (Bicudo e Horta, 2009).

Um outro estudo, elaborado por Gama (2011) caracteriza o perfil do praticante de surf em Portugal, do qual se destaca as seguintes características:

- Idade média é de 27,3 anos e o tempo aproximado de experiência de prática é de 9,1 anos;
- O grupo etário dos "21-30" representa 45,8% da população surfista, o grupo dos "31-40" e "14- 20" apresentam 27,3 % e 19, 8% respetivamente;
- Género masculino é dominante com 65,6%;
- A sua distribuição geográfica verifica-se, essencialmente, por Lisboa, Porto, Coimbra e Viana do Castelo;
- 49% são licenciados, 2,7%, apenas possuem o 3º ciclo e 7,9% têm grau de mestre na sua formação académica;

- 53% pertencem a clubes, escolas e associações e os restantes 47% não estão inscritos em nenhum dos organismos dos identificado.

A confirmar a importância e a vocação de Portugal para o TS, sendo responsáveis pelo seu desenvolvimento na última década, destacam-se os seguintes fatores: a realização de um dos principais eventos mundiais de surf o WCT<sup>9</sup> em Peniche, desde 2009, posicionando Portugal como destino de surf; a participação de atletas portugueses no WCT, desde 2008, em provas mundiais; consagração da Ericeira como reserva mundial de surf pela "World Surf Reserve" em 2011, único local com esta distinção na Europa; o recorde mundial de ondas grandes na Nazaré em 2011 (Leal e Cipriano, 2012).

### **2.5.3. Os impactes do turismo de surf**

Quando nos detemos nos impactes do TS, percebemos que devem ser analisados ao nível do turismo e do desporto, devendo ser definidos em primeiro lugar pela ação humana sobre as praias e ondas que advém da prática da modalidade, e em segundo lugar pelos efeitos dinâmicos da orla costeira, que se acentuam através das alterações climáticas. Estes efeitos são sentidos a nível mundial, em particular os seguintes fenómenos: o aumento do nível do mar, a frequência e intensidade das tempestades e ondas, a erosão de praias e o abastecimento irregular de água que ameaçam os destinos costeiros (OMT, 2006).

O surf é uma atividade recreativa ligada à zona costeira, sobretudo os destinos de surf. A crescente ação humana destes destinos podem afetar o surf, nomeadamente a sua qualidade, através da modificação da zona costeira, por exemplo com a construção de molhes que podem eventualmente modificar as ondas de determinado spot de surf (Tantamjarik, 2004).

Apesar de o surf não ser uma atividade nociva para os oceanos, o mercado do TS acaba por criar impactes negativos que podem ser expressivos a nível ambiental nos destinos de surf pois, assim que um *spot* de surf é descoberto e se torna popular é comum acentuarem-se os habituais impactes negativos de origem antrópica: lixo, estradas, erosão, poluição da água, degradação ambiental, sobre-exploração de recursos, poluição das praias, pressão nos recursos como água potável, tráfego e congestionamento e o aumento dos bens de consumo (Buckley, 2002, Tantamjarik, 2004). Estes impactes, embora associados ao TS, são semelhantes aos provocados pela atividade turística em geral (Cabeleira, 2011, Buckley, 2002).

---

<sup>9</sup> *World Championship Tour* – campeonato mundial de surf, com prova em Peniche desde 2009.



Por outro lado, o TS é um significativo nicho de mercado que pode incorporar positivamente os princípios do desenvolvimento sustentável<sup>10</sup>, nas suas três vertentes: ambiental, económica e sociocultural. A relação tão próxima do surf com a natureza “faz com que seja uma atividade de liderança na promoção de viagens com mais responsabilidade por parte dos seus turistas” (Tantamjarik, 2004, p. 4). Como exemplo, têm vindo a surgir várias associações, organizações e iniciativas em prol da qualidade das praias e das ondas (Cabeleira, 2011).

No âmbito social os impactes refletem-se, desde logo, no aumento de surfistas dentro de água, reduzindo a qualidade da experiência do turista de surf. A movimentação de dinheiro e competição gerada pelos empreendedores locais nos destinos de surf, repercutem-se a nível comercial, através da oferta de alojamento turístico, transporte local (Buckley, 2002) e inclusive, da criação de postos de trabalho.

Como impactes positivos a nível social pode-se referir a troca de experiências e de culturas, a preservação de valores culturais, históricos e tradicionais, bem como a criação de infraestruturas nas praias, que podem melhorar a sua utilização pelo público em geral (e não só dos turistas), ao nível da recreação e lazer (Dolnicar e Fluker, 2003b, Dolnicar e Fluker, 2003a, Tantamjarik, 2004).

#### **2.5.4. *Benchmarking*: o surf como elemento diferenciador**

O *benchmarking* é um processo de gestão, de melhoria continua, baseado na análise e comparação de produtos, serviços e práticas, tomando como referência os líderes de um setor, de uma área setorial ou mesmo funcional. Traduz-se, na realidade, num processo sistemático de procura pelas melhores práticas, ideias inovadoras e procedimentos, altamente eficazes, que conduzam a um desempenho melhorado (Zairi, 2001). Por esta razão, as análises de *benchmarking* são muitas vezes utilizadas na elaboração do planeamento estratégico de uma empresa ou projeto, ajudando a estabelecer a direção que se deverá seguir, aproveitando as oportunidades mas também, promovendo um desempenho idêntico, ou melhor, que os melhores do setor em questão (Junior e Vital, 2004). Por outro lado, utilizado como ferramenta de pesquisa permite realizar comparações de processos e práticas, de forma a identificar o melhor do melhor e

---

<sup>10</sup> Como referido no Relatório de Brundtland de 1987 este pode ser considerado como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e económico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os *habitat* naturais.

alcançar um nível de superioridade ou vantagem competitiva de determinada empresa (Sorio, 2005).

Neste trabalho, para a análise de *benchmarking* optou-se por um conjunto de empresas com localização em *spots* reconhecidos internacionalmente e destacados no *website* da National Geographic (2014) numa lista das vinte<sup>11</sup> melhores cidades no mundo destinadas ao surf. Das empresas aí presentes, escolhemos aquelas que apresentavam um conjunto de produtos e serviços que fossem ao encontro do pretendido implementar no projeto da SH e, simultaneamente, com melhor classificação por parte do *TripAdvisor*<sup>12</sup>. Assim, esta análise foi efetuada às seguintes empresas:

1. Surf Simply em Nossara, na Costa Rica;
2. Surf Maroc em Taghazout, Marrocos;
3. Raglan Surfing School em Raglan, na Nova Zelândia.

Com a análise à oferta destas três empresas procuramos caracterizar a oferta de alojamento e de outras atividades associados ao surf. Pretendemos obter informação acerca do tipo de alojamento, pacotes disponibilizados, atividades e sobre as principais diferenças entre eles.

#### **2.5.4.1. Nosara – Costa Rica**

Segundo a National Geographic (2014), Nosara destaca-se por ser uma localidade de excelência para o surf, rica em ondas, para todos os níveis de surfistas. Localizada na Península de Nicoya, na costa do Pacífico da Costa Rica, Nosara, oferece “praias sem fim”, água quente, ondas todo o ano, e locais amigáveis (figura 6). O clima da região é caracterizado por duas estações: a seca, de dezembro a abril, com mais turistas e ondas mais pequenas; e a estação chuvosa, de maio a novembro, com menos procura pelo turistas.

---

<sup>11</sup> As vinte melhores cidades do mundo destinadas ao surf: Byron Bay (Austrália), Florianópolis (Brasil), Tofino, B.C. (Canadá), Nosara (Costa Rica), Biarritz (França), Bukit Peninsula (Indonésia), Bundoran (Irlanda), Shonan (Japão), Taghazout (Marrocos), Raglan (Nova Zelândia), Muizenberg (África do Sul), San Sebastian (Espanha), Encinitas (U.S.A.), Santa Cruz (U.S.A.), New Smyrna Beach (U.S.A.), Hanalei (U.S.A.), Paia (U.S.A.), Montauk (U.S.A.), Wrightsville (U.S.A.) e La Paloma (Uruguai) (National Geographic 2014).

<sup>12</sup> *TripAdvisor*: site de viagens que fornece informações e opiniões de conteúdos relacionados ao turismo.



Figura 6 – Playa Guiones em Nosara, Costa Rica. Fonte: Simply (2015)

Numa pesquisa ao *website* *Tripadvisor*<sup>13</sup> destaca-se em Nosara, o *resort Surf Simply* dedicado ao ensino do surf com 316 *reviews*<sup>14</sup>, com avaliação de excelente por parte da maioria dos seus clientes. Com capacidade para alojar doze pessoas por semana é constituído por seis quartos duplos, em *bungalows* (cada um com terraço privado e cozinha), piscina, sala de visitas, sala de jantar, estúdio de yoga, sala de vídeo, sala de massagem, wi-fi e ar condicionado.

Ao nível dos pacotes de serviços, o *Surf Simply* oferece estadias de uma ou duas semanas, em quatro pacotes distintos que incluem aulas de surf diárias e que se destacam pelos diferentes clientes-alvo:

- ***Solo travelers*** – destina-se especialmente a viajantes sozinhos que partilham o quarto ou o *bungalow* com mais pessoas;
- ***Couple*** – destina-se especialmente a casais que ficam alojados em *bungalow* privado;
- ***Friends, groups & family*** – e destina-se especialmente a grupos de amigos ou famílias que partilham um *bungalow* com dois quartos;
- ***Non- surfers*** (máx 2 pessoas) – destina-se especialmente aos familiares ou acompanhantes não surfistas, em que oferece dois tipos de pacotes:
  - *Luxury* – aulas de yoga e massagem;
  - *Economic* – aulas de yoga.

Em cada pacote está incluído:

- os transferes entre o resort e Nosara;
- estadia de sábado a sábado;
- treinador de surf (15h dentro de água e sessão de vídeo);
- refeições para seis dias (pequeno almoço, almoço e jantar);
- aulas de yoga ou massagem;

<sup>13</sup> Site de viagens que fornece informações e conteúdos relacionados ao turismo.

<sup>14</sup> *Reviews*- comentários.

- atividades do dia livre (4<sup>a</sup>feira): *zip lining*, *stand up paddle* (SUP), *kayaking*, passeios a cavalo, moto quatro, visita o santuário dos macacos, etc;
- fotografias do surf e filmagens;
- bicicletas;
- equipamento necessário às atividades: pranchas de surf, *shop* ou *leash*<sup>15</sup>, *finn*<sup>16</sup>, *wax*<sup>17</sup>, bonés de surf, creme solar e *t-shirt* de *lycra*.

#### 2.5.4.2. Taghazout - Marrocos

Taghazout em Marrocos é descrita pela National Geographic (2014) como o oásis do surf. Estabelecida como cidade de surf na década de 60 é frequentada por surfistas franceses, espanhóis e marroquinos. Com um litoral longo e acidentado, cheio de ondas, normalmente bem formadas e com ventos que sopram constantemente em *offshore*, é um local onde se pode surfar todo o ano (figura 7). As melhores estações para a prática da modalidade são de setembro a abril para surfistas mais experientes, sendo que, no resto do ano, as ondas são boas para surfistas que estão a iniciar a atividade e intermédios.



Figura 7 – Praia de Tagahzout em Marrocos. Fonte: Maroc (2015)

Relativamente a Marrocos o *Tripadvisor* aconselha os serviços da Surf Maroc Taghazout Villa, com 193 *reviews* com avaliações excelentes e muito boas. Com capacidade para treze pessoas, dispõe de um quarto duplo, um triplo, um quádruplo e uma camarata para quatro pessoas. Também neste caso se oferece distintos pacotes, com diferentes atividades, dos quais se destacam:

- **"Surf Guiding"** – equipa da *Villa* disponível 24h/7 dias, transferes de regresso ao aeroporto (mínimo quatro noites), pequeno almoço e almoço empacotado, transporte ilimitado para a praia, guias profissionais para as melhores ondas e *wi-fi* grátis;

---

<sup>15</sup> *Shop* ou *leash*: corda que prende a prancha ao surfista.

<sup>16</sup> *Finn*: quilha.

<sup>17</sup> *Wax*: cera para as pranchas.

- **"Girls Surf Maroc"** – transferes ida e volta incluídos, pequeno almoço, almoço e seis jantares, guia de surf e instrutor certificado, equipamento de surf, transporte para a praia todo o dia, seis aulas de yoga e *wi-fi* grátis;
- **"Summer special"** – transferes ida e volta incluídos, pequeno almoço, almoço e seis jantares, três sessões de treino com instrutores certificados, três sessões de yoga, equipamento de surf incluído, transporte de grupo para a praia todos os dias e *wi-fi* grátis;
- **"Independent Surfer"** – equipa da *Villa* 24h/7 dias, transferes de regresso ao aeroporto, pequeno almoço e almoço empacotado, carro alugado, suportes, tiras para transporte de material no carro, mapa com os melhores picos locais e *wi-fi* grátis;
- **"Surf Coaching"** – transferes de regresso, pequeno almoço e almoço empacotado, transporte ilimitado para a praia, sessão de treino com instrutores certificados, equipamento de surf, guias profissionais para as melhores ondas e *wi-fi* grátis.

#### 2.5.4.3. Raglan - Nova Zelândia

Raglan, na Nova Zelândia, tornou-se conhecida por ter aparecido num filme de Bruce Brown intitulado *"The endless summer"*<sup>18</sup>, mas também pela consistência e qualidade de ondas mundialmente reconhecidas (figura 8). Com ondulação quase constante, a melhor época para a prática de surf é no verão do hemisfério sul, de novembro a fevereiro (National Geographic, 2014).



Figura 8 – Praia em Raglan, Nova Zelândia. Fonte: School (2015)

Relativamente a Raglan, e de acordo com consulta realizada ao *Google* e *Tripadvisor*, a oferta resume-se essencialmente ao aluguer de habitações próprias, pensões e hotéis ou *hostels*. Com alguma dificuldade, encontramos a Raglan Surf School, destacada pelo conceituado canal de televisão CNN, como sendo uma das top 10 empresas de

---

<sup>18</sup> *"The endless summer"* é um filme de 1966, realizado por Bruce Brown e conta com as participações de Michael Hynson e Robert August.

atividades de aventuras e ar livre a que se pode recorrer na Nova Zelândia. A Raglan Surf School proporciona os seguintes pacotes e atividades:

- **"Surfing Lessons"**
  - Três horas de surf para iniciantes;
  - Aulas privadas para surfistas intermédios ou avançados.
- **"Surfer Packages"** (duas a cinco noites)
  - **"Stay and surf"**– meio dia de surf para iniciantes com instrutor no primeiro dia; prancha e fato (alugados nos dias seguintes); dormitório na escola de surf;
  - **"Stay and surf with supervision"**– meio dia de surf para iniciantes com instrutor no primeiro dia; prancha e fato (alugados nos dias seguintes); supervisionado por um instrutor; dormitório na escola de surf;
  - **"Surf lesson & board hire"** – meio dia de surf para iniciantes com instrutor no primeiro dia; prancha e fato (alugados nos dias seguintes);
  - **"Surf lesson & board hire with supervision"** – meio dia de surf para iniciantes com instrutor no primeiro dia; prancha e fato (alugados nos dias seguintes); supervisionado por um instrutor;
  - **"Lesson and accommodation upgrades"** – alojamento de luxo; aulas privadas de surf; dia inteiro de surf; várias sessões com instrutor privado.
- **"Accommodation"**
  - **"Beach houses"** – quatro casas;
  - **"Camper vans"** – nove lugares para camper vans;
  - **"Surfcamp"** – capacidade para 75 pessoas em quinze dormitórios com quatro camas; duas cozinhas; dois blocos de casa de banho e jardim sustentáveis com produtos orgânicos;
  - **"Surf rentals"** – aluguer de material de surf.
- **"School camps"**
  - grupos, clubes, família e team *building*;
  - acampamentos escolares e educação ambiental;
- **"Surf Dames"** – aulas de surf destinadas especialmente a senhoras

· **"Raglan Environmental Education Leaders in Sustainability"** – educação ambiental para estudantes.

Das empresas analisadas, a Surf Simply distingue-se das demais, por vender um serviço dedicado ao surf, apostando na venda de pacotes relacionados com a forma de viajar dos seus hóspedes, quer em casal, grupo ou sozinhos. O principal foco desta empresa é o surf, possuindo seis treinadores de surf certificados, com um rácio de dois alunos por cada professor, assim como, uma forma particular de ensino, com recurso a vídeos e aulas teóricas, para correção e desenvolvimento da aprendizagem. Para além do surf é possível realizar, consoante o pacote, massagens ou yoga, assim como um dos dias, normalmente à quarta-feira, a possibilidade de efetuar outras atividades para além do surf, como especificadas anteriormente.

Por outro lado, a Surf Maroc apresenta uma forma diferente de divulgar a empresa, apostando em diferentes tipos de pacotes de surf, yoga e diferentes alojamentos. Consoante a escolha de pacote pelo cliente, é destinado ao cliente o seu alojamento. Para esta análise focámo-nos apenas nos pacotes que se relacionam com a *Taghazout Villa*, visto ser a única referenciada no *Tripadvisor*.

Relativamente à Raglan Surfing School, apesar de ter uma maior capacidade de alojamento, o seu foco é na oferta de aulas de surf individuais ou de grupo. Destina-se principalmente a grupos de jovens ou iniciantes, e promove essencialmente a experiência da atividade de surf de uma forma mais massificada.

## **2.6. Síntese**

Neste capítulo enquadra-se o TS enquanto turismo de nicho e na natureza, apresentando-se as suas principais características, assim como, o enquadramento do surf e o seu papel no turismo.

O surf é considerado um nicho de mercado do turismo na natureza e náutico desenvolvido como atividade comercial de ar livre, onde se procuram acima de tudo as emoções. O número de praticantes e turistas a si associados tem vindo a crescer e a atividade a desenvolver-se, nomeadamente através de eventos e competições desportivas, assumindo um papel relevante na capacidade de atração de turismo direto e na visibilidade dos destinos, assim como na contribuição para a promoção do país, a nível internacional.

O TS tem vindo a aumentar a nível nacional e mundial, tornando-se mesmo um fenómeno social e ambiental com forte expressão em muitos destinos costeiros e, no que

diz respeito ao território, Portugal dispõe de condições naturais adequadas para o desenvolvimento destes segmentos do turismo, especialmente quando em conjugação com serviços complementares como o alojamento, a restauração e a animação desportiva e cultural.

Com o intuito de melhor conhecer a oferta e estrutura dos produtos e serviços associados ao surf analisámos três empresas de surf de referência, do que podemos perceber que a modalidade de surf é um produto que, normalmente, é associado ao alojamento e à instrução qualificada e complementado com outras modalidades como o yoga, SUP, entre outras atividades de ar livre.

### **3. A COSTA VICENTINA COMO DESTINO DE SURF**

#### **3.1. Introdução**

Neste capítulo irá caracterizar-se geográfica e socioeconomicamente o território do estudo, ou seja, a Costa Vicentina (CV), e de forma mais particular, o concelho de Aljezur, localizado em grande parte, no Parque Natural Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina (PNSACV). Apresenta-se aqui o potencial turístico do território, em particular para o TS, destacando as condições naturais do mesmo, para a prática desta tipologia de turismo.

Analisa-se e caracteriza-se ainda a oferta turística da região, no que diz respeito às entidades que promovem a modalidade de surf e de outras atividades na CV.

A fim de melhor apresentar as vantagens desta região para o desenvolvimento da atividade turística, em especial para o TS, iremos recorrer à elaboração de uma análise SWOT da CV, onde se procurará destacar os seus pontos fortes e oportunidades.

#### **3.2. Caracterização geográfica e socioeconómica da Costa Vicentina**

Situado no extremo sudoeste da Europa, Portugal é um país extremamente diverso em paisagens e *habitat* naturais. No litoral podem encontrar-se alguns dos *habitat* de maior importância internacional e fundamentais para os "recursos naturais, marinhos e costeiros, para a segurança de pessoas e bens, dos quais se destacam os estuários, as rias e as arribas" (CCDRAlgarve, 2008, p. 35).

O elevado valor natural das costas alentejana e algarvia, levou à criação do Parque Natural da Costa Alentejana e Vicentina (PNSACV), que se integra na Rede Nacional de





A necessidade de preservar a grande diversidade de *habitat* costeiros, assim como, disciplinar a ocupação do uso do solo levou a que fosse classificado como Área de Paisagem Protegida do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina ainda desde 1988, conforme o estabelecido no Decreto-Lei n.º 241/88, de 7 de Junho, e posteriormente reclassificado como PN, pelo Decreto-Regulamentar n.º 26/95, de 21 de Setembro (ICNB, 2009).

Segundo Clemente (2010) a criação deste Parque Natural suscitou alguma resistência junto da população local, essencialmente em questões do ordenamento do território, por ser considerado um elemento condicionador das atividades das populações mas, é ao mesmo tempo, um instrumento capaz de travar a pressão urbano-turística que se tem feito sentir na zona.

Por sua vez, o Plano do Ordenamento do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina (POPNSACV) foi aprovado pela primeira vez no ano de 1995, no Decreto-Regulamentar n.º35/95, de 11 de Dezembro, e foi revisto pela Resolução do Conselho de Ministros n.º173/2001, de 28 de Dezembro (ICNB, 2009). A versão final deste plano de ordenamento data de 2011, publicado em Diário da República, 1ª Série, nº.25 de 4 de fevereiro, e estabelece o regime de salvaguarda de valores e recursos naturais com vista a garantir a manutenção e valorização das características das paisagens naturais e seminaturais e fixa regras visando assegurar o desenvolvimento de atividades compatíveis com o equilíbrio dos ecossistemas e com a valorização de aspetos económicos, sociais e culturais desta área protegida (ICNB, 2009).

O PNSACV está também inserido na rede ecológica para o espaço da União Europeia, denominada de Rede Natura 2000, que tem como principal finalidade assegurar a conservação a longo prazo das espécies e dos *habitat* mais ameaçados da Europa, contribuindo para a conservação da biodiversidade (ICNF, sd-b).

A região do Algarve em particular (figura 10), situada a sul, é muito influenciada pela proximidade do mar mediterrâneo e do Norte de África, não apenas no seu clima, mas também na sua "paisagem, agricultura, cultura e biodiversidade" (TP, 2012a, p. 6). Esta região divide-se em três grandes áreas geológicas distintas: a Serra, o Barrocal e o Litoral. As Serras de Monchique e do Caldeirão situadas na parte norte do Algarve são constituídas essencialmente por solos de xisto, com predominância de florestas de cortiça, medronheiros e estevas, entre outras espécies únicas, como o carvalho de Monchique e a rododendro comum. A Serra de Monchique destaca-se ainda por ser a única área do Algarve constituída por afloramentos graníticos e onde existe maior precipitação (TP, 2012a).



Figura 10 – Localização Algarve. Fonte: (TP, 2012b, p. 6)

O Barrocal constituído por solo calcário, com afloramentos de calcário rochoso, onde se desenvolve a maioria da agricultura Algarvia principalmente as suas árvores de fruto como a amendoeira, a laranjeira, a figueira, a oliveira e a alfarroba. Com uma flora riquíssima onde foram identificadas vinte espécies de orquídeas, tomilho e narcisos, entre outros (TP, 2012a).

Por sua vez o litoral caracteriza-se por ser a área com mais população onde se desenvolvem as principais cidades, e como consequência também maior concentração de turistas (TP, 2012a).

No litoral algarvio (figura 11), destaca-se a Costa Vicentina (CV), que compreende o território entre Odeceixe e Vila do Bispo. Numa extensão total de 60 km, caracterizada por falésias que se podem elevar até aos 156 metros (TP, 2012b) essencialmente rochosas e compostas por íngremes escarpas (TP, 2012a), apenas interrompidas por vastas

*"extensões de areal, frequentemente associados à foz de rios e ribeiras tais como, Rio Mira, e Ribeiras de Morgável, Ceixe, de Aljezur da Bordeira/Carrapateira ou pequenas linhas de água de regime torrencial que desenvolvem pequenos vales fluviais, como exemplo, na Zambujeira do Mar e na Arrifana."* (POLIS, 2010, p. 41)

É nestas zonas, baixas e arenosas, que se desenvolvem os principais núcleos balneares. A diversidade paisagística e a sua formação geológica conferem a este território qualidades únicas (TP, 2012b).

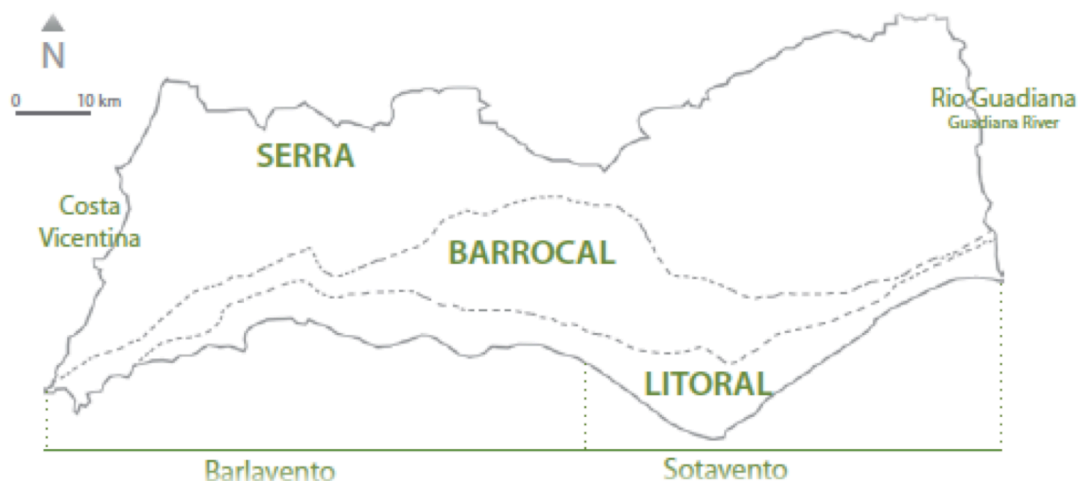


Figura 11 – Localização da Costa Vicentina Fonte: (TP, 2012b, p. 6)

Esta zona da costa é também detentora de uma variedade de fauna excecional, de um ambiente marinho com abundância de peixes, crustáceos e moluscos, e também um dos locais com maior diversidade de aves em Portugal, com mais de duas centenas de espécies registadas (TP, 2012b).

Essencialmente associado às suas características, o turismo é o setor que mais tem contribuído para a economia desta região costeira, existindo um importante crescimento na procura de sol e mar (turismo balnear) nos meses de verão, apesar da limitada oferta de unidades de alojamento. Segundo o POLIS (2010), o turismo balnear é mesmo a principal atividade da região e, apesar de ser sazonal, representa um grande peso no rendimento local. No entanto, a CV

*"destaca-se por uma baixa densidade humana e empresarial, com uma demografia regressiva, onde o envelhecimento e a fraca retenção da população jovem e qualificada limitam fortemente o desenvolvimento económico, com uma ocupação dispersa e em pequenos polos urbanos." (POLIS, 2010, p. 46)*

Integrado, em grande parte, no Parque Natural da Costa Alentejana e Vicentina e na Costa Vicentina, Aljezur é o concelho desta costa que segundo POLIS (2010) apresenta menor capacidade de alojamento (tabela 1), apenas com 149 camas. Relativamente à permanência média dos turistas no concelho, esta é de apenas 2,2 a 2,4 noites (POLIS, 2010).

Tabela 1 – Estabelecimentos e capacidade de alojamento na Costa Vicentina. Fonte: (POLIS, 2010)

	ESTABELECIMENTOS (N.º)				CAPACIDADE DE ALOJAMENTO (N.º)			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
Alentejo Litoral	37	3	21	13	2 576	251	1 167	1 158
Algarve	433	93	99	241	99 982	27 546	4 404	68 032
Aljezur	4	1	2	1	149	52	90	7
Odemira	16	1	9	6	679	30	360	289
Sines	7		5	2	638		266	372
Vila do Bispo	12	3	3	6	983	411	110	462
Total	39	5	19	15	2 449	493	626	1 130

Este concelho subdivide-se em quatro freguesias - Odemira, Bordeira, Rogil e Aljezur - e, conta com a baixa densidade populacional de 18,1 habitantes/km<sup>2</sup>, com um total de 5.884 habitantes, num total de 323,5 km<sup>2</sup> de área (INE, 2012).

Ainda em termos demográficos, constata-se que em 2011, no concelho de Aljezur 53,9 % da população tem entre 25 e 64 anos, e 30,7 % está na seguida da faixa etária com mais de 65 anos (INE, 2012). De acordo com os dados do INE (2012) a taxa bruta de pré-escolarização entre 2010/2011 foi de 98,6%, a taxa bruta de escolarização do ensino básico situava-se nos 123,4%, relativamente ao ensino secundário não existem dados. No que diz respeito ao número de desempregados em Aljezur a taxa de desemprego é de 4,26% em 2011 (INE, 2012).

Em conformidade com estes valores, Clemente (2010, pp. 11-12) apresenta a região do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina como um espaço social rural, desfavorecido e profundo, caracterizado por:

- *"Um acentuado envelhecimento demográfico;*
- *Baixas densidades populacionais com diversas formas de povoamento (de pequenos aglomerados ao povoamento disperso), apresentado amplas paisagens naturais sem construção;*
- *População com níveis bastantes baixos de qualificação escolar e literacia;*
- *Elevada dependência económica de formas de exploração dos recursos naturais, quer ao nível da produção agrícola, quer no desenvolvimento de serviços ligados ao turismo, e pela quebra de atividade agrícola enquanto atividade dominante;*
- *Existência de um estatuto legal de conservação da natureza que lhes confere multifuncionalidade, pluriatividade e a possibilidade de reconversão através da qualificação ambiental que apresentam."* Clemente (2010, pp.11-12)

### 3.3. Potencial do território e recursos turísticos

Como já destacado anteriormente, o PNSACV, é detentor de uma especificidade muito própria e de uma variedade de *habitat* assim como, património histórico, arqueológico e cultural bastante relevantes. Apresenta ainda, características únicas relativamente à sua geologia, ecologia e paisagem, assim como condições excecionais para a pesca e agricultura e para a prática de atividades de recreio e turismo (ICNB, 2009).

Com o objetivo de se dinamizar e de atrair mais visitantes, o município de Aljezur por sua vez, realiza vários eventos culturais e gastronómicos ao longo do ano tais como: o festival da Batata Doce e Perceves, a Feira da Terra, o mercado mensal de Aljezur, a feira anual de Odeceixe e a feira anual do Rogil. Este conjunto de eventos tem o foco em especial nas atividades tradicionais, na gastronomia e na cultura da região.

Em termos de acessibilidades e transportes, o município conta com reduzidas infraestruturas em toda a faixa litoral. As ligações viárias são realizadas através de estradas nacionais e regionais, a linha ferroviária mais próxima é a do Sul e estabelece apenas a ligação Lisboa e Faro. No que diz respeito aos transportes aéreos, os aeroportos nacionais encontram-se também a grande distância da região (Lisboa-Aljezur 242 km, Faro-Aljezur 107 km, Beja-Aljezur 196 km, Porto-Aljezur 529 km).

Destaca-se no entanto, no território, a existência da grande Rota Vicentina, caminho pedestre do sudoeste português que permite percorrer 350 km entre a cidade de Santiago do Cacém e o Cabo de São Vicente. A CV conta ainda com a ligação a outras infraestruturas cicláveis e pedonais que promovem a mobilidade sustentável, das quais se destacam a Ecovia do Litoral, a Ecovia da Costa Vicentina e a Ecovia do Interior (Via algarviana). Estas ecovias permitem "ligar os concelhos algarvios da CV, nomeadamente Vila do Bispo e Aljezur aos restantes concelhos do Algarve, integrando-os também na rede europeia de vias verdes" (POLIS, 2010, p. 60).

Segundo o POLIS o traçado preliminar destas ecovias

*"teve como princípios a utilização preferencial, das vias existente (terra batida, pouco trânsito automóvel, e quanto possível o seu desenvolvimento paralelo à linha de costa, em articulação com os percursos cicláveis e acesso às zonas balneares." (POLIS, 2010, p. 76)*

Ao mesmo tempo são criadas outras infraestruturas cicláveis "desenvolvidas através de iniciativas municipais, avulsas, que permitem o acesso a algumas praias" (POLIS, 2010, p. 60).

Dentro do elevado potencial relativo à Natureza, destacam-se as zonas costeiras com as suas praias de elevada beleza selvagem e condições excelentes para a prática das atividades náuticas, nomeadamente do surf.

### 3.3.1. Condições naturais para a prática do surf

O Algarve distingue-se por ser a única região de Portugal com duas costas: a meridional e a ocidental, banhadas pelo oceano atlântico. Segundo o POLIS (2010, p. 77)

*"a morfologia do fundo marítimo da faixa litoral desta região evidencia-se pela qualidade das correntes e condições marítimas, oferece condições para a prática de diversos desportos de mar, dos quais se destaca o surf, cuja procura tem aumentado e que dinamiza um setor significativo do turismo."* POLIS (2010, p. 77)

Com características potenciadoras para a prática de desportos náuticos, como é o caso do surf, algumas das suas praias são consideradas, pelos praticantes da modalidade, importantes e dos principais *spots* de surf do Algarve. Exemplo disso são, na costa meridional, as inúmeras enseadas e baías: Burgau, Cabanas Velhas, Boca do Rio, Salema, Figueira, Furnas, Zavial, Ingrina, Barranco, Martinhal, Baloeira, Mareta, Tonel e Beliche (tabela 4); e na costa ocidental (Costa Vicentina), a norte do Cabo de São Vicente, recortada e composta por arribas, as praias do Telheiro, Ponta Ruiva, Castelejo e Cordoama (tabela 2), Amado, Bordeira, Vale Figueira, Penedo, Canal, Arrifana, Monte Clérigo, Amoreira, Carreagem e de Odeceixe (tabela 3).

Tabela 2 – Principais *spots* de surf no concelho de Sagres (costa ocidental) Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

Praia	Tipo de onda	Direção da onda	Frequência ao longo do ano <sup>19</sup>	Qualidade da onda <sup>20</sup>	Tipo de Surfista
Ponta-Ruiva	reef-rocky	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas
Cordoama	beach-break	direitas e esquerdas	****	***	todos os surfistas
Castelejo	beach-break	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas
Telheiro	beach-break	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas
Ponta Ruiva	beach-break	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas

<sup>19</sup> Frequência ao longo do ano: \*não sabe; \*\* muito consistente (150 dias/ano); \*\*\*Funciona com frequência; \*\*\*\* Funciona de vez em quando; \*\*\*\*\*raras interrupções (5 dias/ano).

<sup>20</sup> Qualidade da onda: \*mau; \*\* normal; \*\*\* clássico regional; \*\*\*\* classe mundial; \*\*\*\*\* com tamanho.

Tabela 3 – Principais spots de surf do município de Aljezur (costa ocidental). Fonte: adaptado de: Wannasurf (2014)

Praia	Tipo de onda	Direção da onda	Frequência ao longo do ano	Qualidade da onda	Tipo de Surfista
Odeceixe	Reef-rocky	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas
Amoreira	Banco de areia	direitas e esquerdas	***	***	todos os surfistas
Monte Clérigo	Beach-break	direitas e esquerdas	****	***	surfistas experientes
Arrifana	Point- break	direitas	***	****	surfistas experientes
Canal	Beach- Break	direitas e esquerdas	***	****	surfistas experientes
Vale Figueiras	Beach- break	n/s	***	***	todos os surfistas
Bordeira	Banco de areia	direitas e esquerdas	***	*	todos os surfistas
Amado	Beach- break	direitas e esquerdas	*****	****	todos os surfistas
Carriagem	Reff- rocky	n/s	****	*****	surfistas pro
Vale Figueira	Beach-break	n/s	***	****	todos os surfistas

Tabela 4 – Principais spots de surf do concelho de Sagres (costa meridional). Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

Praia	Tipo de onda	Direção da onda	Frequência ao longo do ano	Qualidade da onda	Tipo de Surfista
Beliche	beach-break	direitas e esquerdas	**	****	surfistas experientes
Tonel	beach-break	direitas e esquerdas	***	****	todos os surfistas
Mareta	beach-break	direitas e esquerdas	**	****	todos os surfistas
Martinhal	beach-break	-	**	****	todos os surfistas
Ingrina	reef-rocky	esquerdas	**	****	surfistas experientes
Barranco	point-break	direitas e esquerdas	**	***	todos os surfistas
Zavial	point-break	direitas e esquerdas	**	****	surfistas experientes
Figueira	beach-break	direitas esquerdas	***	****	todos os surfistas
Salema	banco de areia	direitas e esquerdas	***	**	todos os surfistas
Boca do Rio	beach-break	-	****	-	surfistas experientes
Cabanas Velhas	beach-break	-	***	**	todos os surfistas
Burgau	beach-break	direitas	***	****	todos os surfistas









A região onde se insere o PNSACV caracteriza-se também pela sua excelente qualidade de ondas ao longo de todo o ano (tabela 5), sendo os principais *spots* para a prática da modalidade as doze praias da costa meridional e quinze praias da costa ocidental. O facto de o Algarve ter duas costas fortalece a diversidade do tipo de ondas, e facilita a movimentação entre uma costa e a outra.

A costa ocidental, por exemplo, recebe ondulação durante todo o ano, em especial no Inverno, e é procurada por surfistas mais experientes que buscam ondas com maior qualidade, bem como, frequentemente maiores. No entanto, tomando as devidas precauções de segurança inerentes à modalidade, qualquer surfista pode encontrar aqui ondas para o seu nível de experiência. Por outro lado, a costa meridional caracteriza-se, tanto no Verão como no Inverno, por receber ondulações mais pequenas, mais vocacionadas para o praticante, independentemente do seu grau de conhecimento da modalidade.

A faixa litoral abrangida pelo PNSACV é ainda dotada de um magnífico clima (tabela 5), gozando de mais de 300 dias de sol por ano e de pouca pluviosidade, o que permite a prática de várias atividades ao ar livre (ATA, 2014) ao longo de praticamente todo o ano.

Tabela 5 – Condições para a prática de surf ao longo do ano na região do Algarve. Fonte: adaptado de Wannasurf (2014)

	Jan/ Fev	Mar/ Abr	Mai/ Jun	Juj/ Ago	Set/ Mar	Nov/ Dez
<b>Melhor época de surf<sup>21</sup></b>	***	**	**	*	**	***
<b>Tamanho do Swell<sup>22</sup></b>	****	****	**	*	***	*****
<b>Equipamento</b>	fato 4/3	fato 3/2	fato 3/2	fato 3/2	fato 3/2	fato 4/3
<b>Temperatura da água</b>	15°C	17°C	19°C	22°C	21°C	18°C
<b>Temperatura</b>	16°C	20°C	25°C	30°C	25°C	18°C
<b>Clima</b>						

No que diz respeito às praias da CV, em 2014, várias das suas praias foram galardoadas com a Bandeira Azul, comprovando a excelente qualidade das suas águas, entre as

<sup>21</sup> Melhor época de surf: \* sem ondas; \*\* surf ocasional; \*\*\* surf frequente; \*\*\*\* melhor estação.

<sup>22</sup> Tamanho do swell: \* menos de 1m; \*\* 1.0m-1.5m; \*\*\* 1.5m-2m; \*\*\*\* 2m-2.5m; \*\*\*\*\* 2.5m-3m; \*\*\*\*\* 3m-3.5m; \*\*\*\*\* mais de 3.5m.

quais, a Arrifana, Burgau, Castelejo, Cordoama, Ingrina, Mareta, Martinhal, Monte Clérigo, Odeceixe, e Zavial (ABAE, 2014).

### 3.3.2. Entidades promotoras da atividade de surf na Costa Vicentina

Como referido anteriormente, o número de escolas de surf tem vindo a aumentar, em especial na Costa Vicentina. Este fato deve-se essencialmente às condições naturais para a prática da modalidade, bem como à proximidade de uma zona turística de excelência como é a costa sul do Algarve (AESCV, 2013).

De acordo com a associação de Escolas da Costa Vicentina registou em 2013, existia total de trinta e oito possíveis promotores de aulas de surf, sendo que vinte e oito operam com grande regularidade nas praias da Costa Vicentina. Das várias entidades a promover esta atividade na região há a destacar as seguintes:

- **Dezassete escolas de surf certificadas:**

Algarve Surf School	International Surf	Arrifana Surf Lodge
Amado Surf School	School	Lagos Surf Safaris
Odeceixe Surfschool	Sagres Natura	Aljezur Experiences
Freeride Surfcamp	Nomad Surf School	Atlantic Riders
Fun Ride Surfcamp	The Surf Experience 1	Algarve Aventure
Future Surfing School	The Surf Experience 2	
	Arrifana Surf School	

- **Onze escolas de surf não associadas a qualquer tipo de organização:**

Mission to Surf	Discovery Surf School	Waterproof
Playsurf, Filsurf	Wave Sensations	Extreme Algarve
Lagos Surf Center	Jah shaka	Quebra Coco
	Neptuno Surf School	

- **Onze associações ou clubes, sem fins lucrativos, que promovem exclusivamente aulas de surf para um público residente, não turístico de aspiração competitiva:**

Carrapateira Surf Clube	Aljezur Surf Clube	Odeceixe Surf Clube
Clube Naval de Portimão	Algarve Surf Clube	Associação de Bodyboard de Sagres
Dinamika Quarteira	Carrapateira Surf Clube	
late Clube Marina	Clube de Surf de Faro	
	Portimão Surf Clube	

De salientar que apesar de muitas destas entidades estarem sediadas noutros municípios, as suas atividades são realizadas por toda a Costa Vicentina.

### **3.3.3. Caraterização da oferta turística na Costa Vicentina**

Segundo, Gamito (2009, p. 47) "o Turismo Marítimo em Portugal está ainda muito pouco explorado, dinamizado e estruturado, sobretudo se comparado com a grande procura do produto "Sol & Praia" . No entanto, quando nos focamos nesta zona, e conforme descrito no ponto anterior existem vinte e oito escolas de surf que promovem a atividade por toda a Costa Vicentina. Na sua maioria certificadas e identificados pela FSP oferecem aulas de surf individuais ou em grupo, aluguer de equipamento, reparações de pranchas, transferes, alojamento em *hostel* ou *surfcamp*, *day trips*, *surftrips* e guias de surf.

Algumas escolas diferenciam-se das restantes pela oferta de variadas atividades entre as quais canoagem, passeios de bicicleta todo-o-terreno, loja de surf, viagens de surf internacionais, mergulho, *kitesurf*, *paddle surf*, *wakeboard*, pesca paraquedismo, *jet ski*, *windsurf*, escalada, entre outros.

Associado também ao TS, mas mais concretamente no que é relativo às lojas de surf, Gamito (2009, p. 45) refere que também a comunicação e promoção do setor associado à atividade de surf, como a produção de artigos de vestuário e acessórios, refletem o crescimento do consumismo da mercadoria de surf. Ainda assim, esta tendência parece não se faz sentir na região de Aljezur, onde o número deste tipo de estabelecimentos comerciais é diminuto e "a realidade essencial permanece a mesma: homem e onda" Cabeleira (2011) citado por Kampion e Brown (2003, p. 5).

### **3.4. Matriz SWOT da Costa Vicentina**

Com esta matriz SWOT procuramos efetuar uma síntese à análise interna (pontos fortes e fracos) e externa (oportunidades e ameaças) da parte da CV pertencente ao PNSACV relativamente ao seu potencial para o desenvolvimento da atividade turística e do TS (tabela 6).

Tabela 6 – Análise SWOT Fonte: adaptado de (POLIS, 2010, ICNB, 2009)

Pontos Fortes	Pontos Fracos	Oportunidades	Ameaças
área natural de valor reconhecido	fracas acessibilidades internas e mobilidade fortemente dependente do transporte individual	viagens de avião – <i>lowcost</i> saturação de outros destinos de surf	cenários de crise económica e política em Portugal (menor investimento público)
localização geográfica e condições meteorológicas	carência de estruturas de apoio (estacionamento, acessos viários, transportes, sinalética nas zonas balneares, etc)	indústria de surf em rápido crescimento	menor propensão de compra ao nível nacional e regional
património natural e paisagístico único	temperatura da água	oferta de serviço diversificado e de qualidade	insustentabilidade do ordenamento do território
potencial turístico da orla costeira para desportos náuticos e de recreio	sazonalidade dos fluxos turísticos com	promoção da região da CV (desenvolvimento de segmentos de qualidade)	construção turística de modelos repetitivos baseada apenas na rentabilidade financeira
aglomerados balneares com escala apropriada ao território	massificação no verão (junho a setembro) - <i>crowd</i>	turismo da onda, ou seja, desenvolvimento da região através da promoção do "mar"	pouca qualidade do turismo local
qualidade das ondas e das águas balneares do litoral	défi de oferta de alojamentos específicos associados ao surf e restauração	atração de investimentos locais	erosão e poluição costeira
variedade do tipo de ondas e do nível de qualidade	deficiente promoção do destino para o surf	oportunidade de novos modelos de negócio	alterações climáticas e subida do nível médio do mar
eventos de surf com reconhecimento (nacionais e internacionais)	temperatura da água do mar é fria	criação de emprego (redução da sazonalidade)	crescimento das áreas turísticas na envolvente e consequente aumento de visitantes
investimentos no PN e dos municípios na valorização das zonas balneares	fraca valorização do património natural e paisagístico	atração de eventos de surf	perca da imagem turística de qualidade
diversidade de oferta de <i>surfcamps</i>		selos de qualidade e certificação de <i>surfcamp's</i> , escolas de surf	campismo/ caravanismo selvagem
proximidade da costa ocidental e meridional para a prática da modalidade		recuperação do património arquitetónico tradicional e valorização do património costeiro	intensa procura de praias para uso banhar
		disciplinar os acessos ao litoral	atividades recreativas não ordenadas
			intensidade de atividade marítimo-turísticas
			proliferação generalizada de infestantes nos sistemas dunares

Nesta tabela identificam-se ainda os elementos-chave para a gestão e planeamento do território, assim como, o estabelecimento de prioridades de atuação e de tomada

de opções estratégicas, para a resolução de eventuais problemas e riscos para o desenvolvimento do território e da atividade turística. Internamente destacam-se os valores próprios positivos, do território, que contribuem para a sua distinção e que devem ser potenciados, como é o caso das duas costas (ocidental e meridional), que aumentam o potencial da região para os desportos náuticos e recreativos. Outro fator positivo prende-se com a notoriedade ganha pelo país como um dos melhores destinos de surf mundiais, levando muitos surfistas a procurarem destinos menos saturados como as praias da CV. Relativamente aos valores negativos, de salientar a degradação do território, por vezes resultado da saturação, o caso das fracas acessibilidades a várias localidades deste território e a carência de estruturas e infraestruturas, sejam elas de apoio a atividades recreativas ou de alojamento. Quanto aos fatores externos, estes poderão ser aproveitados principalmente para criar novos modelos de negócio e de investimento local, no entanto, sempre pautados por princípios de sustentabilidade a fim de evitar a desagregação dos valores existentes, a perda da imagem turística de qualidade e o desordenamento do território.

### **3.5. Síntese**

Localizada na região do Algarve, a CV está integrada no PNSACV e é detentora de características muito próprias, mais especificamente ao nível do património histórico, arqueológicos, cultural e acima de tudo dos *habitat* naturais.

A região algarvia distingue-se por ser a única região de Portugal com duas costas: a meridional e a ocidental, banhadas pelo oceano atlântico e com características físicas que, oferecem condições para a prática de diversos desportos de mar, dos quais se destaca o surf.

A CV caracteriza-se por uma baixa densidade humana e empresarial, com limitações de desenvolvimento económico e ocupação dispersa em pequenos polos urbanos, sendo o turismo o setor que mais tem contribuído para a economia nomeadamente na procura de sol e mar, durante os meses de verão. O turismo apesar de sazonal, é assim a principal atividade da região e representa um grande peso no rendimento local.

A existência de reduzidas infraestruturas em toda a faixa litoral, assim como fracas ligações viárias, na sua maioria estradas nacionais e regionais são aspetos que se têm demonstrado limitadores para o desenvolvimento local.

Especificamente o município de Aljezur, caracteriza-se pela sua baixa capacidade de alojamento, o que se repercute num baixo número de turistas para a região. No

entanto este município tentar dinamizar e atrair mais visitantes através de eventos culturais e gastronómicos ao longo do ano.

No que diz respeito ao surf, o território demonstra ter ótimas condições naturais para a prática de surf, além de possuir já algumas entidades que promovem esta atividade na região. A oferta turística caracteriza-se essencialmente por aulas de surf individuais ou de grupo, aluguer de equipamento para a prática da atividade, reparação de pranchas, alojamento e guias de surf. No entanto, alguns destes negócios diferenciam-se através da oferta de outras atividades associadas ao surf e não só, tais como: canoagem, passeios de bicicleta todo-o-terreno, loja de surf ,viagens de surf internacionais, mergulho, *kitesurf*, stand up *paddle* (SUP), *wakeboard*, pesca paraquedismo, *jet ski*, *windsurf*, escalada, entre outros.

#### **4. PROJETO "SURF HOUSE"**

##### **4.1. Introdução**

Após a apresentação do território, neste capítulo iremos expor a propostas de um projeto com base no TS, na CV, mais concretamente na praia da Amoreira. Para isso, iremos descrever inicialmente a metodologia de investigação, nomeadamente referente à realização das entrevistas estruturadas, com o intuito de melhor definir o que os turistas de surf procuram e o que o território pode oferecer, e posteriormente a apresentação da proposta da SH. A opção de realizar entrevistas a um conjunto de especialistas e empresários, com experiência na área, teve como finalidade obter indicadores sobre o que deve ser tido em conta ao desenvolver um projeto deste género, neste território.

Posteriormente caracteriza-se o projeto da SH tendo em conta as vantagens para o território e os elementos diferenciadores para os possíveis clientes, justificando ainda a escolha da sua localização. A SH é apresentada ao nível das suas instalações, arquitetura, definição de produtos e serviços e o seu público-alvo, assim como, a estratégia de comunicação da mesma, tendo em conta os benefícios que poderá trazer para a comunidade local e possível redução da sazonalidade.

## **4.2. Metodologia aplicada**

### **4.2.1. Nas entrevistas estruturadas**

Neste trabalho, e com o objetivo de identificar vantagens da implementação de um projeto de TS na CV e de apresentar elementos diferenciadores mas de maior interesse para este tipo de turistas, optou-se por recorrer a entrevistas estruturadas, de forma a recolher a opinião junto de um conjunto de peritos da área em estudo, composto por profissionais e indivíduos com experiência considerada relevante para o estudo.

As razões pelas quais se optou pela metodologia qualitativa prendem-se com o fato do turismo tratar do relacionamento entre pessoas e destas com a envolvente, e este tipo de metodologias, ser aquela que permite análises mais amplas e capazes de estudar este tipo de fenómenos (Guerra, 2006).

A técnica utilizada, a entrevista estruturada, terá em conta fatores como a qualidade e a potencialidade demonstrada pelas pessoas a serem entrevistadas e a natureza do objeto em estudo (Alves, 2011).

Assim, no processo de realização de entrevistas começámos por identificar os especialistas na área do surf e/ou turismo, considerando como fundamental para a sua escolha os seguintes critérios:

- Experiência profissional no TS;
- Prática de surf (na perspetiva do lazer ou da competição);
- Conhecimento da região do estudo;
- As suas habilitações académicas.

Com base nos critérios definidos, formulou-se uma lista de potenciais especialistas e iniciou-se o processo de contacto via e-mail. Nesta fase, deu-se a conhecer aos especialistas o objetivo do estudo e informou-se a finalidade da recolha da informação, assim como, a garantia da sua confidencialidade e anonimato.

Do conjunto de doze contactos efetuados obteve-se resposta positiva de sete, a quem foi atribuído uma letra, de acordo com ordem da realização da entrevista, garantindo assim o seu anonimato (tabela 7).

Tabela 7 – Lista dos entrevistados

ID	ATIVIDADE PROFISSIONAL	IDADE	GÉNERO	PRATICANTE DE SURF	NACIONALIDADE
<b>A</b>	Promotor(a) de turismo	-	F	Não	Português(a)
<b>B</b>	Profissional de surf e gestor(a) hoteleiro	38	F	Sim	Português(a)
<b>C</b>	Professor(a) de surf e proprietário(a) de escola de surf	37	M	Sim	Português(a)
<b>D</b>	Professor(a) de surf e proprietário(a) de escola de surf	29	M	Sim	Português(a)
<b>E</b>	Proprietário(a) de agência de viagens e turismo	36	M	Sim	Português(a)
<b>F</b>	Bolseiro(a) investigador(a)	36	F	Sim	Inglês(a)
<b>G</b>	Bolseiro(a) investigador(a)	39	F	Sim	Português(a)

As questões a colocar aos entrevistados foram elaboradas partindo de uma análise geral para o particular, resultado também da revisão bibliográfica e procurando obter informação no sentido de identificar o potencial da região e justificar o desenvolvimento de um projeto, com base no TS, como elemento dinamizador da região do estudo. Procurou-se ainda com as questões, identificar os elementos mais diferenciadores no que diz respeito aos alojamentos turísticos, em especial destinados a este tipo de turista. Definiram-se assim as seguintes questões a colocar aos especialistas:

1. Tendo em conta a tendência para a valorização do turismo de surf em Portugal, nomeadamente Peniche, Ericeira e Nazaré, acha importante a promoção de outras localidades/regiões como destino turístico para a modalidade? (Indique outros três locais ou regiões portuguesas que considere de maior importância para a modalidade).
2. Considerando as potencialidades da Costa Vicentina, mais especificamente na zona de Aljezur, para a prática de surf, quais as características desta região que mais destaca, e porquê? (Indique cinco que considere importantes).
3. Avalie a potencialidade e competitividade da região de Aljezur para a prática de surf e em particular para se afirmar como um destino de turismo de surf. Justifique.



4. De que forma o turismo de surf pode contribuir para dinamizar a atividade turística na Costa Vicentina e em particular em Aljezur?
5. Indique que medidas considera necessárias para desenvolver o turismo de surf na Costa Vicentina (Aljezur)?
6. Considera que um alojamento turístico dedicado ao surf em Aljezur (associando alojamento, aulas, centro de aperfeiçoamento técnico, aluguer de equipamento, etc.) pode contribuir para o desenvolvimento desta região? Justifique.
7. Na sua opinião, o que considera mais importante na conceção de um alojamento deste género, com vista a obter distinção?

As entrevistas foram elaboradas presencialmente, com exceção de três, que foram efetuadas via e-mail, a um dos especialistas, por se encontrar fora do país e a outros dois, por incompatibilidade de agenda. Nas entrevistas realizadas presencialmente, procedeu-se à gravação áudio das mesmas e posteriormente à sua transcrição (anexo 2). Na realização das entrevistas foi respeitada a ordem indicada das questões, no entanto, pontualmente, não se verificou a necessidade de realizar algumas delas, por já terem sido respondidas em questões anteriores.

#### **4.2.2. No projeto SH**

As linhas orientadoras para a definição do projeto da SH resultam do cruzamento entre a revisão bibliográfica, e mais especificamente dos casos apresentados na análise de *benchmarking*, com o resultado das entrevistas estruturadas e das potencialidades do território.

A estes elementos foi ainda acrescido o conhecimento e a experiência da mestranda relativamente a esta atividade e à região da CV.

#### **4.2.3. Análise das entrevistas**

Para a análise das entrevistas, primeiramente procedeu-se à transcrição das entrevistas após o encerramento das mesmas. Posteriormente procedeu-se à sua confirmação, através da sua audição, ao mesmo tempo em que era lida, verificando no texto, cada frase, no que diz respeito às mudanças de entoação, interjeições e interrupções.

Com vista a resumir os pontos essenciais, no que diz respeito aos objetivos

apresentados para as entrevistas, elaborou-se uma tabela resumo da análise das mesmas (anexo 3) onde, desde logo, se constatou existirem algumas similaridades, de um ponto de vista global, nomeadamente no que diz respeito a características, como a beleza natural do território, ao fato de estar inserido no PN, de possuir boas praias, boas condições para a prática de surf, boa gastronomia e a imagem pitoresca/típica desta região.

Tendo em conta os objetivos propostos para as entrevistas, considerámos também pertinente, analisar os resultados com base em dois vetores: a identificação de elementos diferenciadores e, as vantagens para o território e elementos diferenciadores para os clientes.

#### **4.2.4. Identificação de elementos diferenciadores**

Quando inquiridos relativamente à importância da promoção de outros destinos turísticos para o turismo de surf, além dos locais usualmente conhecidos (Peniche, Ericeira e Nazaré), seis dos entrevistados referem que é importante existirem outros destinos para além desses. Quatro dos entrevistados referem a região do Algarve (Arrifana, Sagres e Aljezur), embora sejam mencionadas também outras localidades ou regiões como potenciais destinos da modalidade, tal como os Açores, Lisboa (Costa da Caparica), Porto, Costa Alentejana (Sines a Vila Nova de Mil Fontes), Madeira, Santa Cruz e Figueira da Foz. Um dos entrevistados (entrevistado G) salienta que não se deve encorajar o desenvolvimento de outros destinos turísticos ao ponto da massificação, que se pode encontrar na Ericeira e em Peniche, com o intuito de preservar a costa portuguesa e a sua singularidade.

Tendo em conta as potencialidades da CV para o turismo, em especial de Aljezur, a segunda questão pretendia recolher informação quanto aos elementos que melhor caracterizam este município, com vista ao turismo de surf. Todos os entrevistados mencionam como particularidade da localidade de Aljezur, a sua dimensão e em especial as suas características arquitetónicas. As condições para a prática do surf (a vários níveis de surfistas) e a beleza natural de Aljezur, evidenciada por estar inserida num Parque Natural, foram outras características referidas por cinco dos entrevistados. Reforça-se, desta forma, o valor que o Parque Natural tem para as localidades que nele se inserem, como referido anteriormente, através da variedade de *habitat*, do património histórico, arqueológico e cultural (ICNB, 2009).

Importa ainda mencionar que três dos entrevistados consideram o clima um fator bastante importante. São também referidos outras componentes como: boas praias,

gastronomia, condições para o ensino de surf, o número baixo de surfistas dentro de água, a segurança, o alojamento barato, as infraestruturas (supermercados, restaurantes) e até a simpatia da população local.

Confirma-se aqui algumas das características referenciadas por Dolnicar e Fluker (2003b) que afirmam existir uma necessidade de se basear as potencialidades de um destino nas características que os surfistas acham importantes para o seu desenvolvimento, designadamente o número de surfistas dentro de água, o nível pessoal de segurança ou a qualidade do alojamento.

No que diz respeito ao potencial da região de Aljezur para o turismo de surf os entrevistados destacam alguns elementos singulares, nomeadamente: a qualidade das ondas de outubro a abril, praias com dimensões para receber grupos grandes de turistas e a proximidade de outras praias de qualidade num raio de 30 a 40 km.

Ao nível da competitividade um dos entrevistados (entrevistado A) não concorda que Aljezur, por si só, se possa considerar um destino de surf, justificando a sua opinião com o facto das infraestruturas existentes serem escassas e os acessos à praia não serem suficientemente desenvolvidos e preparados para o turismo. No entanto, o entrevistado A, considera que o município de Aljezur já está no mapa de praias de surf do país. Por sua vez, dois dos entrevistados referem que Aljezur já é um destino de surf pelo menos há cinco anos, segundo o entrevistado B, e dez anos, refere o entrevistado D, e a sua procura tem vindo a aumentar, considerando mesmo que estará perto da sua capacidade limite em época alta.

Relativamente à forma como o turismo de surf pode contribuir para dinamizar a atividade turística na Costa Vicentina, em particular em Aljezur, três dos entrevistados consideram que contribuí efetivamente, referindo inclusive que a localidade apresenta uma oferta saturada durante os meses de verão.

O entrevistado A, acha ainda necessário avaliar em primeiro lugar o gasto médio por turista de surf e não apenas os gastos na escola de surf, mais concretamente, os seus gastos a nível local. Na sua opinião deve-se ainda ter em conta as preferências do turista no que se refere ao alojamento e às especificidades da localidade como supermercados, oferta de noite, etc.

Cinco dos entrevistados afirmam que o turismo de surf contribui, beneficiando essencialmente os restaurantes locais e familiares, supermercados, lojas de artesanato, assim como outros negócios ligados ao turismo de aventura e outras atividades.

O entrevistado C declara mesmo que o surf "é uma das principais formas de dinamismo da Costa Vicentina, lado a lado com o turismo rural. Se bem feito, pode trazer muitos turistas, nacionais e estrangeiros, durante praticamente todo o ano". Da mesma opinião, o entrevistado D afirma que existe procura pelo alojamento em turismo rural e turismo de charme, afirmando ser importante efetuar parcerias com este tipo de turismo, visto que os turistas escolhem cada vez mais os locais onde vão passar férias com base na compra de experiências e nas atividades que podem realizar. Este entrevistado refere ainda que o surf

*"é um fator de decisão para a escolha de Aljezur, é uma peça fundamental para a atividade turística na Costa Vicentina (...) para todos aqueles que procuram praia e querem experimentar surf e as estatísticas dizem que a maior parte dos turistas querem fazer surf (...)".(Entrevistado D)*

No que se refere às medidas necessárias para o desenvolvimento do turismo de surf na CV, concretamente em Aljezur, os entrevistados destacam as seguintes:

- Desenvolver este turismo de uma forma sustentável;
- Associar o turismo de surf ao turismo rural;
- Apostar num turismo de surf de meia estação e de inverno;
- Elaborar estudos de sustentabilidade que indiquem a carga máxima, por exemplo de surfistas na praia dentro de água;
- Crescimento controlado e preservando os valores naturais da região;
- Melhoria da rede de transportes nomeadamente para as grandes cidades;
- Oferta de outras atividades complementares;
- Criar infraestruturas complementares (e.g. alojamento, supermercados, entre outros);
- Apostar no turismo de caravanismo ligado ao surf.

Quando inquiridos sobre a pertinência da existência de um alojamento turístico dedicado ao surf em Aljezur, poder contribuir para o desenvolvimento da região, cinco dos entrevistados demonstraram considerar uma opção positiva.

Embora um dos entrevistados (entrevistado G) seja de opinião que não é necessário o desenvolvimento de mais alojamentos na região de Aljezur, os entrevistados D e F afirmam que um alojamento turístico dedicado ao turismo de surf irá contribuir para o desenvolvimento da localidade, referindo que qualquer iniciativa de surf pode trazer mais pessoas e, como consequência, a criação de mais postos de trabalho e o desenvolvimento de infraestruturas, ajudando a dinamizar a economia. O entrevistado E, salienta ainda que

*"o alojamento turístico da região é composto maioritariamente por pequenos negócios clandestinos familiares e não existem suficientes surfcamps com pacotes feitos a pensar nos grupos de surfistas menos experientes, que procuram, não só o surf, mas desfrutar do calor e da beleza natural da zona."*

No que se refere aos elementos mais importante na conceção de um alojamento destinado ao turismo de surf na Costa Vicentina (última questão colocada), os entrevistados destacam os seguintes:

- Localização;
- Alojamento: arquitetura típica da região, *low-cost* e sustentável;
- Boas condições ao nível das instalações;
- Decoração adequada;
- Áreas de convívio;
- *Wi-fi* gratuito;
- Profissionais qualificados;
- Pacotes de surf: em conjunto com turismo de aventura, de consciência social, de voluntariado, eco turismo, atividades originais (passar a noite numa praia com surf de manhã e pequeno almoço);
- Valorizar as necessidades do hóspede;
- Envolvimento com a cultura local;
- Estratégia de marketing, divulgação em vários idiomas, interatividade em redes sociais;
- Parcerias externas;
- Promoção das qualidades inerentes ao destino.

#### **4.2.5. Vantagens para o território e elementos diferenciadores para os clientes**

De acordo com as entrevistas realizadas a este grupo de especialistas na área do turismo e do surf, a região da CV apresenta um conjunto de potencialidade para a prática de surf, nomeadamente os concelhos de Sagres e Aljezur referidos pelos entrevistados como principais destinos de surf.

É importante referir que a baixa intervenção humana ao nível da construção de infraestruturas e edifícios na CV é um fator de distinção e deve-se essencialmente ao facto da CV estar inserida no PNSACV como refere o entrevistado G, potenciando e permitindo aos turistas no geral, e em particular aos surfistas, ter um maior contacto com a paisagem natural.

Segundo seis dos entrevistados a CV dispõe de boas condições para o surf, embora um deles (entrevistado E) refira que não são as melhores praias para a prática da modalidade, nomeadamente em termos de versatilidade ou consistência de ondas, isto no que diz respeito aos praticantes mais avançados. Estas praias são, no entanto, acessíveis a todos os níveis de surfistas, e principalmente, pelo fato de, normalmente existirem poucos surfistas dentro de água (sem *crowd*) em especial durante a época baixa, tornam-se atrativas para a modalidade.

Uma das maiores vantagens desta região tem que ver com a proximidade de várias praias a menos de 30 a 40 km, e com a existência de duas costas, permitindo, segundo os entrevistados, surfar o ano todo e para quaisquer nível de surfistas. As condições climáticas são também um fator que foi mencionado por três dos entrevistados (C,D e F) como uma vantagem visto que a região é detentora de verões longos e quentes e invernos amenos e curtos. Como refere o entrevistado E a CV é também percecionada como sendo uma região de baixa criminalidade conferindo segurança aos turistas.

Ao nível das ofertas complementares, e mais concretamente no que se refere ao alojamento, as tipologias mais utilizadas na CV, são casas ou apartamentos alugados e alguns *surf camps*. Em termos da restauração, existem alguns supermercados e restaurantes embora pouco diversificados como referem os inquiridos A,E e G.

Nesse sentido pode justificar-se o desenvolver infraestruturas de apoio ao turismo de surf na CV, mais especificamente em Aljezur. Segundo cinco dos entrevistados, qualquer iniciativa na área do surf pode dinamizar e contribuir para o aparecimento de novos turistas, desenvolvimento de novos postos de trabalho e assim, desenvolver a economia local.

#### **4.3. Porquê na Praia da Amoreira**

A escolha da praia da Amoreira (figura 12) deve-se essencialmente à sua beleza e características naturais, pelas quais se distingue de outras praias. Com orientação a noroeste, a praia da Amoreira é detentora de um areal marítimo extenso, onde desagua a ribeira de Aljezur, formando um sistema estuário-lagunar rico em fauna, onde se podem avistar lontras, garças-cinzentas ou guarda-rios e alberga plantas únicas no mundo.



Figura 12 – Praia da Amoreira. Fonte: APUDD (2014).

Esta praia é constituída a norte por uma arriba imponente talhada de xisto e grauvaque, de cor acentuadamente cinzenta e preta, vestígio de uma antiga duna agora fossilizada e a sul, por uma encosta verdejante. Com a maré baixa ficam a descoberto formações rochosas fossilizadas e formam-se imensas lagunas no areal onde a água chega a atingir os 20°C em algumas épocas do ano.

O acesso (figura 13) à praia da Amoreira faz-se por uma estrada antiga, com uma distância de 7 km, desde a entrada norte de Aljezur na estrada nacional (N 120).



Figura 13 – Localização do acesso à praia da Amoreira. Fonte: Google Earth.



A recuperação de uma ruína (figura 14 e 15) situada neste caminho, a 3 km da praia, foi o ponto de partida para o desenvolvimento deste trabalho, que pela sua excelente localização pode constituir-se a base para a elaboração de um projeto de turismo de surf, com vista ao desenvolvimento local de uma forma sustentável.

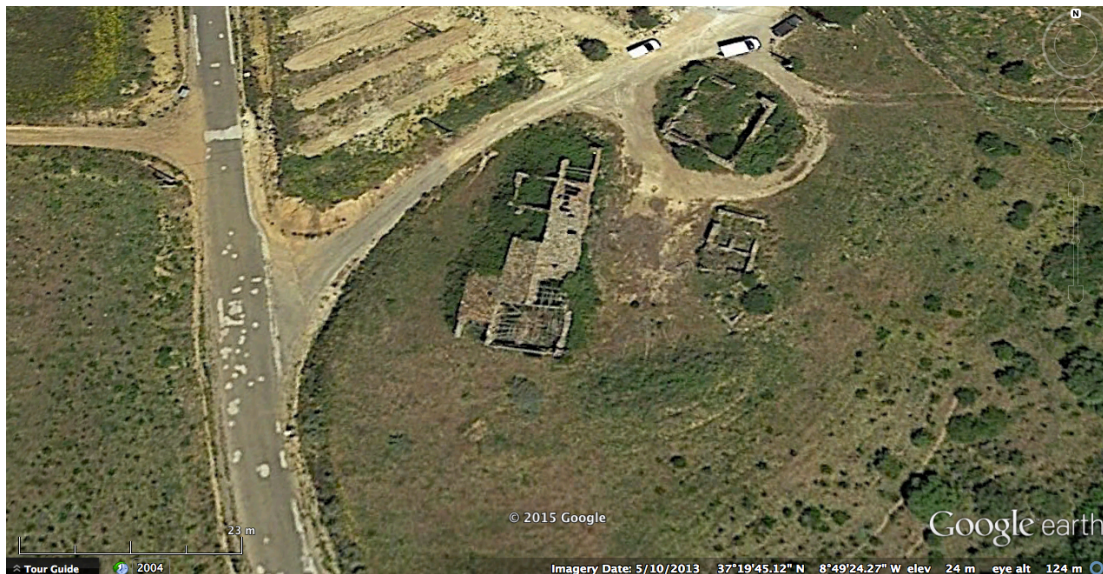


Figura 14 – Proposta de localização da SH. Fonte: Google Earth.



Figura 15 – Vistas da ruína, no caminho de acesso à praia da Amoreira. Fotos da autora.

#### **4.4. Surf House: um conceito diferenciador**

O conceito da SH prende-se com a criação um espaço que engloba- alojamento, aulas de surf, atividades complementares e workshops. Pretende-se oferecer um ambiente familiar em comunhão com a natureza e com a comunidade local, com o intuito de estabelecer uma ligação mais intimista com os seus clientes, e desta forma ensinar ou aperfeiçoar o surf dos mesmos. Para isso, os hóspedes necessitam de permanecer na



SH por um período mínimo de sete dias e assim desenvolver a aprendizagem de surf e outras atividades ao mesmo tempo que conhecem a região e sua cultura e tradições.

#### **4.5. Surf House: facilities e particularidades arquitetónica**

Com vista a garantir a integração na envolvente mas também a associação a parâmetros de sustentabilidade, pretende-se utilizar técnicas construtivas sustentáveis como as denominadas por “terra crua”, nomeadamente através de técnicas tradicionais como a taipa, o adobe ou o tabique. Estes materiais de construção são utilizados pelo homem desde tempos remotos sobretudo nesta região onde os fatores climáticos e geológicos são favoráveis à sua utilização, nomeadamente a região do Algarve (Arq2t, 2011).

A utilização da terra na construção concilia, na prática, várias componentes culturais, sociais, ecológicas e económicas, estabelecendo bases construtivas para um desenvolvimento sustentável. O uso deste material pressupõe uma verdadeira economia de meios e recursos, assim como permite, através das suas características térmicas, que o interior dos espaços seja fresco no verão e quente no inverno, reduzindo desta forma os consumos de energia (Arq2t, 2011).

Ao nível da organização da área de construção, o espaço é organizado em três grandes núcleos: área comum, área de lazer e área privada. Com esta estrutura, este alojamento comporta um total de dois quartos duplos (que podem ser transformados em individuais) e duas camaratas quadruplas, para um total de doze hóspedes. Com três grandes e diferentes áreas, interligadas entre si, cada uma delas engloba as seguintes zonas (figura 16):

- **Área comum:**
  - Receção;
  - Cozinha comunitária;
  - Horta comunitária;
  - Balneários (femininas e masculinas);
  - Instalações sanitárias (femininas e masculinas);
  - Dispensário para armazenamento de pranchas/bicicletas etc.
- **Área de lazer:**
  - Piscina biológica<sup>23</sup>;
  - Jardim interno/externo;

---

<sup>23</sup> Piscinas biológicas: na construção e manutenção deste tipo de piscinas recorre-se a processos biológicos utilizando a vegetação como filtros naturais de água.

- Sala de convívio/jogos/vídeo/wi-fi;
- Sala lounge;
- Espaço multiusos.

· **Área privada:**

- 2 quartos duplos com WC privativo que se podem transformar em 4 quartos individuais (através de elementos estruturados em arquitetura) com uso das instalações sanitárias e balneários comuns ;
- 2 camaratas (quadruplas) com uso das instalações sanitárias e balneários comuns.

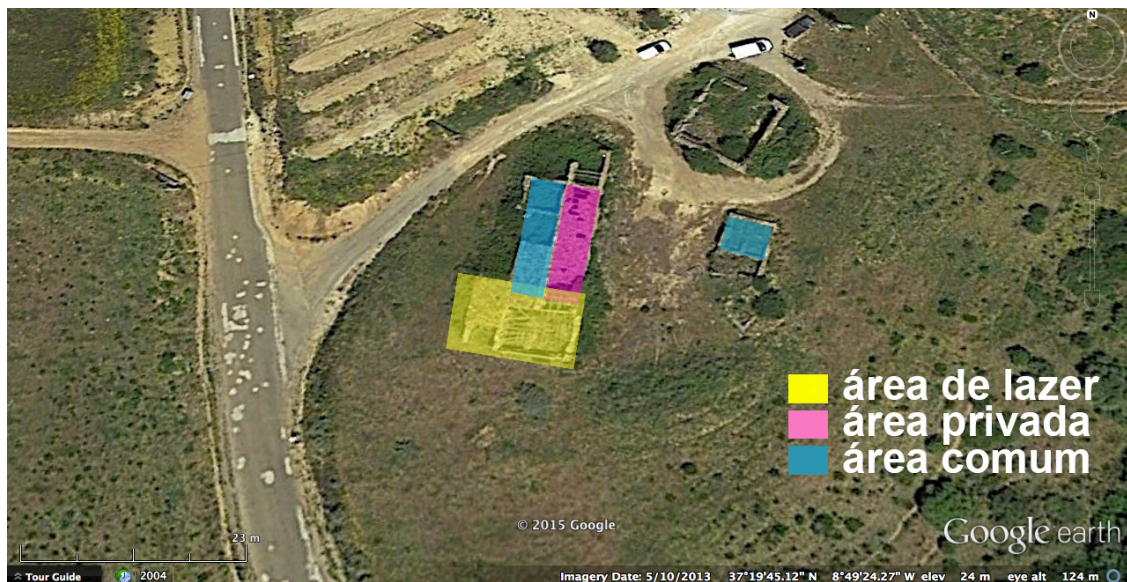


Figura 16 – Distribuição das áreas funcionais da SH. Implantação feita pela autora sobre fotografia satélite do Google Earth.

Ao nível exterior prevê-se uma junção da arquitetura tradicional algarvia com a moderna (figura 17 e 18), desenvolvida sempre tendo em conta a envolvente natural e utilizando preferencialmente materiais da região. No que diz respeito ao interior deste alojamento propõe-se um ambiente descontraído e confortável, com uma imagem alusiva ao surf e ao mar.

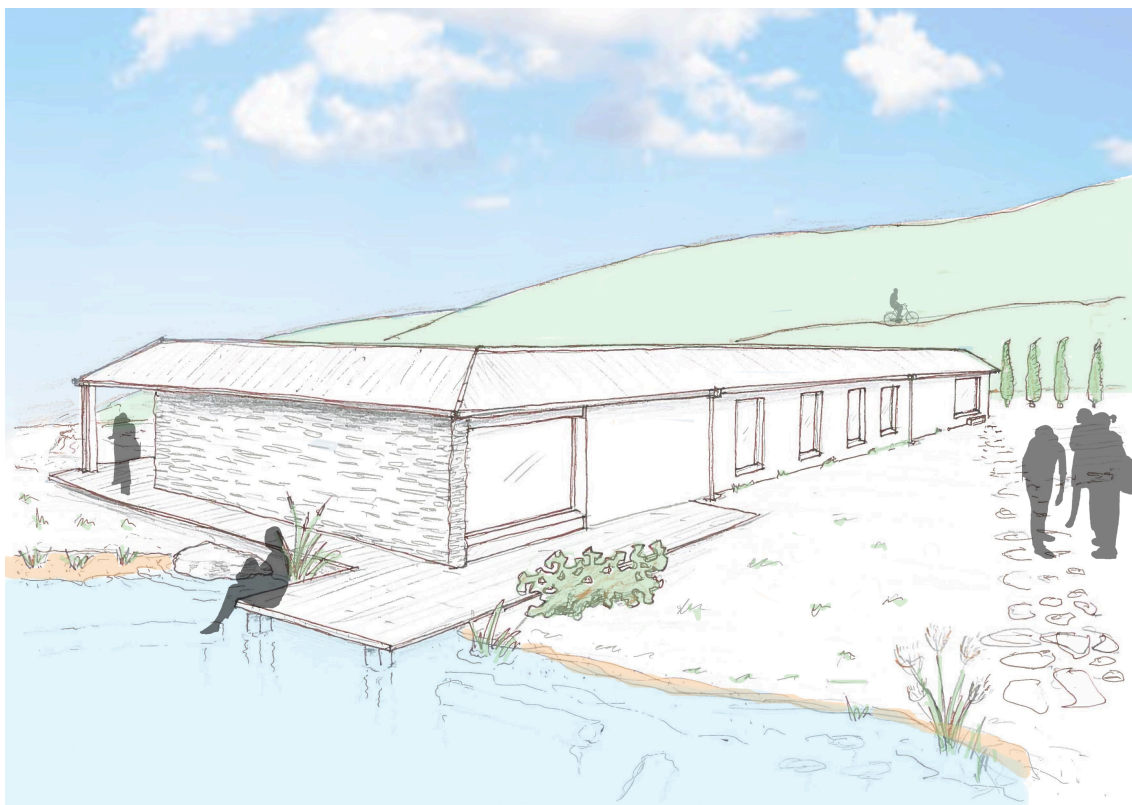


Figura 17 – Planta e perspectiva da SH. (Tiago Santos e Ana Rita Basílio).



Figura 18 – Receção da SH. (Tiago Santos e Ana Rita Basílio).

#### **4.6. O público-alvo**

A SH está essencialmente direcionada para as atividades na natureza, em especial para o surf, assim, os seus clientes alvo serão todas as pessoas nacionais ou estrangeiras que, quer isoladamente ou em grupo, gostem de conviver e de praticar atividades ao ar livre, junto à natureza. Incluímos neste grupo, escolas nacionais e internacionais (e.g. colónias de férias), grupos de amigos, famílias ou empresas que queiram dinamizar e motivar as suas equipas de trabalho através deste tipo de atividades.

O objetivo é atingir todos os segmentos, no entanto, dado a especificidade das atividades, essencialmente as individuais, pensamos que será a classe média-alta, aquela que mais frequentemente, procurará os nossos serviços.

#### **4.7. Definindo os produtos e serviços**

A região do Algarve caracteriza-se pela sua sazonalidade, atingindo o seu pico no verão (de junho a setembro) mas com uma significativa redução nos meses de inverno. A oferta de produtos relacionados com o surf pode proporcionar um aumento

da procura, reduzindo consequentemente a sazonalidade, caso a oferta evolua no sentido da diversificação e de acréscimo de valor (qualidade). Pode considerar-se a SH, como uma oportunidade de negócio que pretende, através da criação constante de produtos e serviços, contribuir para a dinamização da região.

Pretende-se através dos aspetos turísticos e culturais, promover a região junto de quem a visita, através de atividades de animação turística e de lazer, sem nunca esquecer a importância de que se reveste o meio ambiente.

Nesse sentido, propõe-se o surf como principal produto da SH em conjunto com outras atividades complementares, serviços e ainda formações e workshops (Tabela 8).

Tabela 8 – Lista de atividades, serviços e formação/workshops

ATIVIDADES	SERVIÇOS	FORMAÇÃO/ WORKSHOP
<b>PRINCIPAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Surf</li> <li>• Longboard</li> <li>• Bodyboard</li> <li>• Paddle</li> </ul> <b>COMPLEMENTARES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Passeios de bicicleta</li> <li>• Passeios pedestres</li> <li>• Yoga</li> <li>• Orientação</li> <li>• Birdwatching</li> <li>• Escalada</li> <li>• Canoagem</li> </ul>	<b>PRINCIPAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tour "surf surpresa"</li> <li>• Tour "vídeo e fotografia"</li> <li>• Tour "surf com locais"</li> </ul> <b>COMPLEMENTARES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretação ambiental</li> <li>• Eco-férias atividades prolongadas em meio ambiente natural com cariz de lazer</li> <li>• Team building</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cozinha tradicional</li> <li>• Permacultura</li> <li>• Yoga</li> <li>• Plantas</li> <li>• Atividades de ar livre</li> </ul>

O principal atividade da SH é o surf, este é desenvolvido através dos seguintes serviços diferenciadores:

- **Tour "surf surpresa":** semana de surf com surpresas – praias diferentes todos os dias, lanche ou jantar na praia ou local especial, dormida e pequeno-almoço na praia, etc;
- **Tour "vídeo e fotografia":** semana de surf com vídeo, fotografia e visualização e correção de técnica de surf;
- **Tour "surf com locais":** semana de *surf com dois ou três* "amigos" locais que passam a semana com os clientes (pacote para avançados).

Pretende-se que as semanas desenvolvidas na SH tenham como base estes três serviços que incluem aulas de surf de duas horas, duas vezes por dia. As atividades e serviços complementares são prestados aos clientes que querem ter outras experiências para além do surf, ou para quando não existam condições para a prática do surf. Pretende-se ainda desenvolver uma ligação à comunidade local através da formação ou workshops, utilizando para isso os formadores locais ou saberes da região.

Pretende-se ainda que os equipamentos para o desenvolvimento das atividades sejam maioritariamente portugueses, apostando em parcerias com marcas como a *Orbit*, *Janga*, *Mica*, *Mude*, entre outras. Para a prática das modalidades referidas na tabela 8 são necessárias pranchas de surf, *bodyboard*, *longboard* e paddle, fatos de surf, bicicletas, capacetes, canoas, tapetes de *yoga*, cordas, arnês, pés de gato, adaptadores para transporte de pranchas para bicicletas, entre outros.

#### **4.8. Comunicação e Promoção**

Para uma boa divulgação é necessário e fundamental dar a conhecer o projeto e todos os serviços e atividades desenvolvidos pelo mesmo e divulgá-lo junto de potenciais clientes. Para o lançamento e desenvolvimento das atividades da SH, será estabelecido um plano de comunicação que incorporará um conjunto de ações, com os seguintes objetivos:

- Dar a conhecer;
- Informar;
- Despertar interesse;
- Envolver;
- Demonstrar os benefícios deste tipo de atividades;
- Angariar clientes.

Opta-se em primeiro lugar pela criação da marca SH através de um logótipo com uma imagem moderna. Em segundo lugar divulgar a SH, utilizando como principal ferramenta o marketing digital, para obtenção de clientes nacionais e internacionais, através de plataformas digitais como websites de surf, páginas de *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*.



Aposta-se na prospeção de novos clientes através destas plataformas com o objetivo de dar a conhecer o nome da empresa, a sua imagem, a localização e os contactos, bem como transmitir mensagens específicas acerca dos serviços que faculta.

Pretende-se ainda promover ações de visita de *bloggers* ou jornalistas nacionais e estrangeiros ligados à área do turismo e desporto, com vista à divulgação da SH nas suas plataformas, revistas ou jornais.

Considera-se ainda importante divulgar a SH junto de agências e associações de turismo e desportivas, postos de turismo, unidades hoteleiras, escolas, universidades, em eventos desportivos, turísticos e feiras nacionais e internacionais de turismo. Necessário ainda elaborar parcerias com agências da especialidade, tanto nacionais como estrangeiras, ligadas ao surf, tais como agências de viagens ou lojas.

Para os clientes já existentes, tem-se como objetivo divulgar novos serviços e maximizar a eficácia de divulgação via *e-mail*, de eventuais promoções e pacotes disponíveis.

#### **4.9. Síntese**

Tendo em conta a revisão bibliográfica e considerando as vantagens naturais e histórico/culturais existentes no território do estudo, desenvolveu-se neste capítulo a proposta para um projeto de alojamento turístico, com uma oferta organizada, cujo principal motor é o surf.

Com o objetivo de identificar as vantagens de implementação de um projeto deste tipo optou-se por recorrer à análise qualitativa, através de entrevistas estruturadas, a fim de recolher a opinião junto de especialistas, com experiência considerada relevante para este trabalho.

Partindo de uma análise geral para o particular, e procurando obter informação no sentido de identificar o potencial da região e justificar o desenvolvimento de um projeto deste género, colocaram-se questões que pretendiam identificar os pontos fortes da CV como destino para o surf e ainda os elementos diferenciadores de um alojamento turístico destinados a este tipo de turista.

Considerou-se que os principais fatores de distinção se predem-se com o facto de parte deste território estar inserido no PNSACV concedendo-lhe um maior contato com a natureza e a sua proximidade da costa atlântica e meridional. Sugere-se para o desenvolvimento do TS nesta região a aplicação de várias medidas como: a elaboração de estudos de sustentabilidade, o controle no crescimento turístico com o

intuito de valorizar região de e preservar os seus valores naturais, o desenvolvimento do turismo de meia estação/inverno, a oferta de atividades complementares, a criação de novas infraestruturas e a melhoria dos acessos e da rede de transporte nomeadamente para as grandes cidades.

Por outro lado, destacaram-se como principais características para a conceção de um projeto como este uma boa localização, arquitetura típica da região, boas instalações, decoração adequada, áreas de convívio, atendimento por profissionais qualificados, envolvimento com a cultura local, pacotes de surf conjugados com outras atividades assim como ter em conta as necessidades dos clientes.

Tendo como ponto de partida os exemplo de *benchmarking* e as análise das entrevistas, passámos a apresentar uma proposta para a implementação da SH. A escolha da praia da Amoreira recaí nas suas características naturais pouco comuns e na ideia de recuperar uma ruína abandonada a caminho da mesma, através da utilização da terra, como material de construção principal.

A proposta apresentada para a SH prevê inicialmente a capacidade para doze pessoas, tendo como cliente alvo todas as pessoas nacionais ou estrangeiras que, quer isoladamente ou em grupo, gostem de conviver e de praticar atividades ao ar livre, junto à natureza. Além do surf como principal produto da SH, pretende-se ainda apostar na inclusão de outras atividades complementares, serviços e ainda formações e workshops.

Considerou-se assim como opção valorativa o desenvolvimento de um alojamento turístico dedicado ao surf em Aljezur, podendo este contribuir para a dinamização da economia local, valorização do destino, e criação de novos postos de trabalho. Apesar dos riscos inerentes a um projeto deste género, a sua implementação assente em parâmetros de sustentabilidade pode vir a contribuir para desenvolvimento mais sustentado da atividade turística na região e refletir-se em vantagens para a comunidade local.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS FUTURA**

### **5.1. Análise crítica sobre os pressupostos formulados**

Esta dissertação aborda a temática do surf e o turismo a ele associado, especificamente na CV, em particular, o município de Aljezur. Todo o trabalho foi desenvolvido com o intuito de responder à questão “Pode o turismo de surf contribuir



para dinamizar a atividade turística na Costa Vicentina?” e desenvolver uma possível proposta para um alojamento dedicado ao surf, com vista à valorização da atividade como produto turístico dinamizador desta região.

O estudo da revisão bibliográfica fundamenta que, de forma geral o turismo de surf contribui para dinamizar a atividade turística. Este facto que é comprovado através das estatísticas da procura da experiência do surf, através do aumento do número de praticantes, das competições nacionais e internacionais e consequentemente a oferta de serviços a ele associados. Portugal coloca-se mesmo nos principais destinos de surf da Europa sendo ainda considerado um dos melhores a nível mundial.

Por sua vez, o enquadramento do município de Aljezur, na região do Algarve e no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, confere-lhe características naturais únicas e uma proximidade às duas costas (meridional e ocidental) com vários *spots* de surf para todos os níveis de surf. Se por um lado, esta variedade de oferta torna a concorrência mais alargada, por outro, permite a oportunidade de parcerias e complementaridade de produtos e serviços, garantindo uma maior diversificação na oferta.

Através da metodologia de investigação foram identificadas as potencialidades do território em estudo e as qualidades do mesmo, no que se refere à modalidade do surf e do seu contributo para o desenvolvimento local. Verificou-se que o turismo de surf deve estar associado a outras atividades complementares que valorizem ou que já façam parte da oferta do município em estudo. No que diz respeito à contribuição do turismo de surf para a promoção do município e redução da sazonalidade, pode concluir-se, que se devem adotar estratégias e medidas de combate da mesma, principalmente através de uma maior divulgação deste destino a nível internacional e da criação de produtos inovadores sem, no entanto esquecer, o já anteriormente mencionada e referenciado por Dolnicar e Fluker (2003b), de se basear as potencialidades de um destino nas características que os surfistas acham importantes para o seu desenvolvimento.

Analisando a dimensão que o turismo e a sua massificação podem causar num território como este, é necessário ter muita atenção aos investimentos que possam ser elaborados no município, visto que as qualidades que o distingue de outros destinos tem a ver com a sua singularidade a nível dimensional e paisagístico. Assim, a sustentabilidade e rentabilidade de novas iniciativas dependerá sempre de um esforço coordenado entre a indústria, governo, comunidades locais e promotores do projeto. Melhorias na educação e formação, promoção de esforços de colaboração e partilha

das melhores práticas de turismo, são iniciativas a ter em consideração no desenvolvimento de projetos de turismo sustentável, em prol das comunidades locais.

### **5.2. Limitações e perspectivas futuras**

As limitações que a realização deste estudo apresentou, basearam-se sobretudo no fato de a investigação nesta área ser ainda diminuta, e como consequência alguma dificuldade na recolha de informação à realidade existente. Relativamente à recolha da bibliografia científica começam a existir alguns estudos em Portugal sobre turismo de surf, em especial na região de Peniche e Açores, no entanto, ainda muito generalistas.

No que diz respeito ao número de entrevistados, e embora não se procurasse uma representatividade estatística, reconhece-se a sua reduzida dimensão. No entanto, deve ser ponderada a defesa das ideias individuais dos mesmos, no sentimento comum da generalidade, relativamente às questões que lhes foram colocadas. A exigência de qualidade nas respostas pode não ter sido a mais eficiente, visto que o guião de entrevista foi seguido à risca e, como consequência, as respostas foram pouco exploradas e por vezes demasiado sucintas. Os resultados devem assim, ser interpretados e inferidos para este universo, tendo estas limitações em consideração.

Acresce, que a ausência de dados estatísticos atualizados relativamente ao município, no que se refere, à oferta turística dedicada ao surf, ao tipo de cliente que procura este mercado ou o gasto diário por pessoa, poderão ter dificultado a objetividade da proposta em causa.

### **5.3. Principais contribuições da investigação e perspectivas futuras**

Esta investigação contribui para aumentar o conhecimento das principais características territoriais, importantes para o município de Aljezur como destino de surf. Contribuí também para o conhecimento de medidas que devem ser tomadas para que o turismo de surf se desenvolva na localidade de forma a obter qualidade na oferta do mesmo. Além disso, ainda fornece informação para o que poderá ser crucial na criação de um alojamento turístico dedicado ao surf e às suas características essenciais.

Consideramos ainda que poderão ser de grande utilidade desenvolver investigações futuras sobre turismo de surf na Costa Vicentina e no município de Aljezur, constituídos por estudos aplicados ou que venham a abordar os seguintes assuntos:

- Estudos de sustentabilidade, analisando a carga máxima surfistas/escolas nas praias, contribuindo para a preservação dos recursos;
- Complementar o surf com atividades que já são uma aposta na região;
- Recolha de dados de forma sistemática sobre o turismo de surf no município;
- Observação das tendências de evolução do segmento na região e noutros destinos;
- Elaboração de estudos de comparação de destinos de forma a efetuar um planeamento sustentável dos mesmo;
- Propostas de ação de complementação da oferta a nível regional contribuindo para a atenuação da sazonalidade;
- Avaliação e divulgação dos melhores períodos para a prática da atividade tendo em conta o nível de experiência do praticante.
- Desenvolvimento e promoção da marca Aljezur.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABAE. 2014. *Locais Galardoados na Região do Algarve* [Em linha]. Disponível em: <http://bandeiraazul.abae.pt/index.php?p=awarded&s=list&u=5> [Consultado 18.10 2014].
- AEP 2008. Turismo de Natureza. Associação Empresarial de Portugal. Câmara de Comércio e Indústria.
- AESCV 2013. Projecto Proposta da Regulamentação do Surf em Portugal. Associação de Escolas de Surf da Costa Vicentina: Baseado na realidade da promoção de aulas de surf no Algarve.
- ALVES, M. L. B. 2011. Reflexões sobre a pesquisa qualitativa aplicada ao turismo. *Turismo em análise*, vol.22, n.º 3, pp. 599-603.
- APUDD. 2014. *Praia da Amoreira recebe campeonato português de field events 2014* [Em linha]. Disponível em: <http://portugal-ultimate.org/website/praia-da-amoreira-recebe-campeonato-portugues-de-field-events-2014/> [Consultado 18.02 2015].
- ARQ2T. 2011. *Terra Crua* [Em linha]. Disponível em: <http://www.arq2t.com/earth-works> [Consultado 31.01 2015].
- ATA. 2014. *Sol e Mar* [Em linha]. Turismo do Algarve. Disponível em: <http://www.algarvepromotion.pt/produtos.php?pid=5> [Consultado 18.10 2014].
- ATTA. 2012. Adventure tourism development index. Adventure Travel Trade Association.
- BATISTA, D. 2010. *Turismo, contributo para o desenvolvimento sustentável de áreas protegidas*. Mestrado, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa.
- BEEDIE, P. e HUDSON, S. 2003. Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 30, n.º 3, pp. 625-643.
- BENI, M. C. 1998. *Análise Estrutural do turismo*, (2ª ed). São Paulo, SENAC.
- BEZERRA, M. C. 2010. *Investimento em inovação em períodos de crise e recessão em empresas de investigação e desenvolvimento*. Tese de mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia.
- BICUDO, P. e HORTA, A. 2009. Integrating Surfing in the Social-economic and Morphology and Coastal Dynamic Impacts of the Environmental Evaluation of the Coastal Projects. *Journal of Coastal Research*, n.º 56, pp. 1-5.
- BUCKLEY, R. 2002. Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Island I. The Industry and the Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10, n.º5, pp. 405-424.

- BUCKLEY, R. 2006. *Adventure tourism*, Wallingford, CABI.
- CABELEIRA, T. 2011. *Turismo de Surf na Capital da Onda. Ensaio sobre a sustentabilidade de uma rota do surf em Peniche*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- CALE, T. 2012. *O surf como potencial produto turístico nos Açores*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Estoril.
- CARVALHO, P. G. e LOURENÇO, P. 2013. Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo, vol.9, n.º2, pp. 122-132.
- CCDRALGARVE 2008. Agenda Regional do Mar Algarve. Contributos para o Plano de Acção para o Cluster Mar Algarve.
- CLEMENTE, S. 2010. Áreas protegidas: reconversão do espaço rural?: paisagem, património e desenvolvimento. *XII Colóquio Ibérico de Geografia*. Porto.
- CTP 2013. OMT turismo mundial. Confederação do Turismo Português.
- DINIS, R. 2014. *"Boom" de turistas em Lisboa e Porto* [Em linha]. Observador: Agência Lusa. Disponível em: <http://observador.pt/2014/06/08/moda-de-lisboa-e-porto-veio-para-ficar/>.
- DOLNICAR, S. e FLUKER, M. 2003a. Behavioural Market segments Among Surf Tourists: Investigating Past Destination Choice. *Journal of sport & tourism*, vol. 8, n.º 3, pp.186-196.
- DOLNICAR, S. e FLUKER, M. 2003b. Who's riding the wave? An investigation into demographic and psychographic characteristics of surf tourists. *13th International Research Conference for the Council for Australian University Tourism and Hospitality Education*. [Em linha]. Disponível em: <http://ro.uow.edu.au/commpapers/248>.
- FLUKER, M. 2003. Riding the wave: Defining Surf Tourism. *Council of Australian University Tourism and Hospitality Educators (CAUTHE)*. Coffs Harbour, Australia, pp.1-10.
- FPS. 2014. *Escolas reconhecidas pela FPS em 2014* [Em linha]. Disponível em: <https://http://www.surfingportugal.com/legacy/index/index/o/escolas> [Consultado 01.11 2014].
- GAMA, A. 2011. *Prevenção e gestão do risco de lesões desportivas no surf*. Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Santarém.
- GAMITO, T. 2009. Desenvolvimento da Economia do Mar: Turismo Marítimo. *Nação e Defesa*, n.º 122- 4ª série, pp. 43-60.
- GEOGRAPHIC, N. 2014. *World's 20 Best Surf Towns* [Em linha]. Disponível em: <http://adventure.nationalgeographic.com/adventure/trips/best-surf-towns-photos/> [Consultado 02.12 2014].

- GUERRA, I. C. 2006. *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo. Sentidos e Formas de Uso*, Estoril, Príncípia Editora.
- HUDSON, S. 2003. *Sports and adventure tourism*, New York, London, Oxford, The Haworth Hospitality Press, Inc.
- ICNB 2009. Plano de Ordenamento do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina. Ministério do Ambiente do Território e Desenvolvimento Regional.
- ICNF. sd-a. *Mapa* [Em linha]. Disponível em: <http://www.icnf.pt/portal/turnatur/visitap/pn/pnsacv/inf-ger> [Consultado 04.01 2015].
- ICNF. sd-b. *Natureza e áreas classificadas/ Rede Natura 2000* [Em linha]. Disponível em: <http://www.icnf.pt/portal/naturaclas/rn2000> [Consultado 10.16 2014].
- IGNARRA, L. R. 2003. *Fundamentos do turismo*, (2ªed) São Paulo, Thomson.
- IMF. sd. [Em linha]. Disponível em: <http://www.imf.org/external/> [Consultado 27.10 2014].
- INE 2012. Anuário Estatístico da Região do Algarve 2011.
- JUNIOR, R. J. C. e VITAL, T. W. 2004. A utilização do benchmarking na elaboração do planeamento estratégico: Uma importante ferramenta para a maximização da competitividade organizacional. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. Brasil, n.º 14, pp.60-66.
- KAMPION, D. e BROWN, B. 2003. *Uma História da Cultura do Surf*, Colônia, Taschen.
- LATIESA, M. e PANIZA, J. L. 2006. Turistas Desportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociologia*, vol. LXIV, n.º 44, pp. 133-149.
- LEAL, A. e CIPRIANO, F. 2012. Portugal Surf Guide, Lisboa, Uzina Books.
- MAROC, S. 2015. *Maroccos's leading surf holidays* [Em linha]. Disponível em: <http://surfmaroc.com/en> [Consultado 12.03 2015].
- MAXIMILIANO, S. 2013. Surf na sociedade contemporânea. *Gymnasium- Revista de Educação Física, Desporto e Saúde*. Edições Universitárias Lusófonas, Lda ed, vol. 4, n.º 5, pp. 120-154.
- MCCLOUD, A. 2005. *The Girl's Guide Surfing*, San Francisco, Cronicle Books, LLC.
- MEHMETOGLU, M. 2006. Typologising nature-based tourist by activity - Theoretical and practical implications. *Tourism Management*, vol. 28, pp. 659-660.
- NOVELLI, M. 2005. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, Oxford, Elsevier Butterworth- Heinemann.
- OMT 2006. Por un turismo más sostenible: Guía para responsables políticos. Madrid.
- PENT. 2013. Plano estratégico nacional do turismo. Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2013-2015. Governo de Portugal. Ministério da Economia e do Emprego.

- POLIS. 2010. Litoral Sudoeste: POLIS LITORAL: Requalificação e Valorização da Orla Costeira: Plano Estratégico.
- REIS, P. 2012. *Turismo de surf: segmentação pela motivação e escolha de destino*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.
- RODRÍGUEZ, B. B. 2004. El desarrollo de turismo náutico en Galicia. *Cuadernos de turismo*, n.º 13, pp.145-163.
- SCHOOL, R. S. 2015. *Raglan Surfing School* [Em linha]. Disponível em: <http://raglansurfschool.co.nz> [Consultado 12.03 2015].
- SHEPHARD, G. e EVANS, S. 2005. Adventure tourism. Hard decisions, soft options and home for tea: adventure on the hoof. *Niche tourism contemporary issues, trends and cases*, n.º 16, 201-209.
- SILVA, F. 2013. *Turismo na natureza como base de desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. Tese de Doutoramento, Universidade de Lisboa.
- SILVA, P. 2010. Surfar pode ajudar a sair da crise. *Expresso*.
- SIMÕES, J. M. e FERREIRA, C. C. 2009. Turismo de nicho. Motivações, produtos e territórios. Centro de Estudos Geográficos: Universidade de Lisboa.
- SIMPLY, S. 2015. *Surfsimply technical surfing, taught simply* [Em linha]. Disponível em: <http://surfsimply.com> [Consultado 12.03 2015].
- SOIFER, J. 2008. *Empreender turismo de natureza*, Lisboa, Offset Mais, S.A.
- SORIO, W. 2005. *O que é o benchmarking?* [Em linha]. Disponível em: <http://www.washingtonsorio.com.br/pdf/artigo7.pdf> [Consultado 17.02 2014].
- STANDEVEN, J. e KNOP, P. D. 1999. *Sport Tourism*, Human Kinetics, Champaign.
- TANTAMJARIK, A. 2004. *Sustainable issues facing the Costa Rica surf tourism industry*. Tese de Mestrado, University of Hawaii.
- THR 2006a. Turismo de Natureza. Turismo de Portugal, I.P. ed.: Turismo de Portugal, IP.
- THR 2006b. Turismo Náutico. Lisboa: Turismo de Portugal, IP.
- THR. 2012. Estudo para desenvolvimento de produtos turísticos em Portugal: atualização do diagnóstico externo. Barcelona: Turismo de Portugal, IP.
- TP 2012a. Birdwatching guide to the algarve. Algarve: Turismo do Algarve.
- TP 2012b. Guide to Nature Tourism in the Algarve. Turismo do Algarve.
- TP. 2014. *Turismo Náutico* [Em linha]. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinovacao/Pages/TurismoN%C3%A1utico.aspx> [Consultado 26.09 2014].
- UNWTO. 2013. *Why tourism?:Tourism - an economic and social phenomenon* [Em linha]. World Tourism Organization. Disponível em: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> [Consultado 09.09 2014].

- UNWTO. 2014. *Tourism Highlights 2014 Edition* [Em linha]. Disponível em: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition> [Consultado 16. 02. 2015].
- URRY, J. e LARSEN, J. 2011. *The tourist gazer 3.0*, Londres, SAGE publications.
- WANNASURF. 2014. [Em linha]. Disponível em: <http://pt.wannasurf.com/spot/Europe/Portugal/Algarve/index.html> [Consultado 20.01 2014].
- WARSHAW, M. 2003. *The enciclopedia of surfing*, Victoria, Penguin.
- WEED, M. 2008. *Olympic Tourism*, Oxford, Elsevier Ltd.
- WTO. 2004. Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook. World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- WTTC. 2014. Travel & Tourism Economic. *Impact 2014 Portugal*. London: Oxford|CS
- ZAIRI, M. 2001. *O que precisa saber sobre o benchmarking. Economia e perspectiva*, Lisboa, nº 15/16, pp. 37-71. GEPE ed, Lisboa.

### **Legislação**

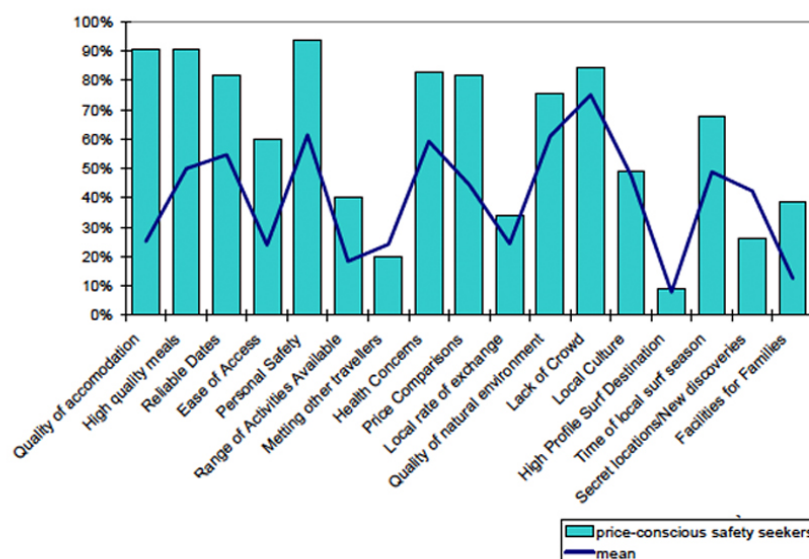
- DECRETO- LEI n.º 241/88, de 7 de Junho. *Diário da República nº 155 - 1ª série*.  
Ministério do Planeamento e Administração do Território.
- DECRETO- LEI n.º 142/08, de 24 de julho. *Diário da República n.º142 - 1ª série*.  
Ministério dos Negócios Estrangeiros.
- DECRETO REGULAMENTAR, n.º 26/95, de 21 de setembro. *Diário da República n.º219 - 1ª série*. Ministério do Ambiente e Recursos Naturais.
- RESOLUÇÃO DO CONCELHO DE MINISTROS, n.º 25, de 4 de fevereiro. *Diário da República n.º 11-B/2001 - 1ª série*. Regulamento do Plano de Ordenamento do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina.
- RESOLUÇÃO DO CONCELHO DE MINISTROS, n.º 173/2001, de 28 de dezembro. *Diário da República n.º 299 - 1ª série*. Presidência do Conselho de Ministros.



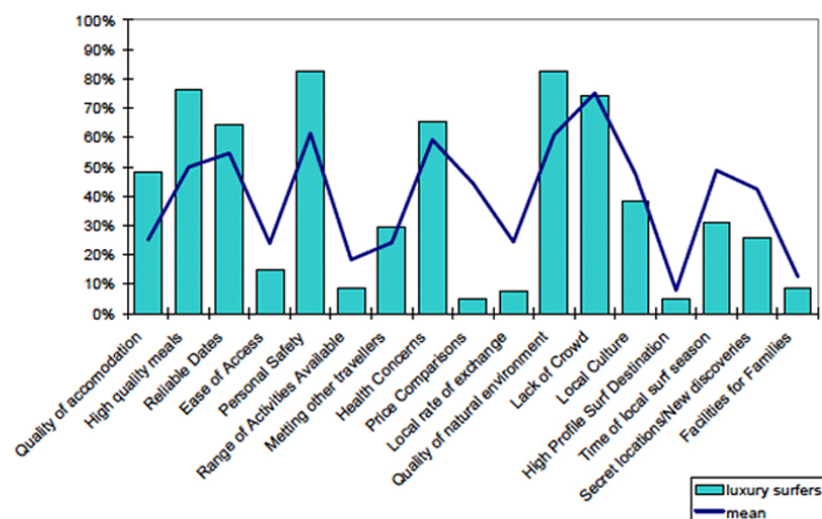
## **ANEXOS**

## ANEXO 1 — Perfil dos surfistas - características demográficas e psicográficas

Psychographic profile of the price-conscious safety seeker

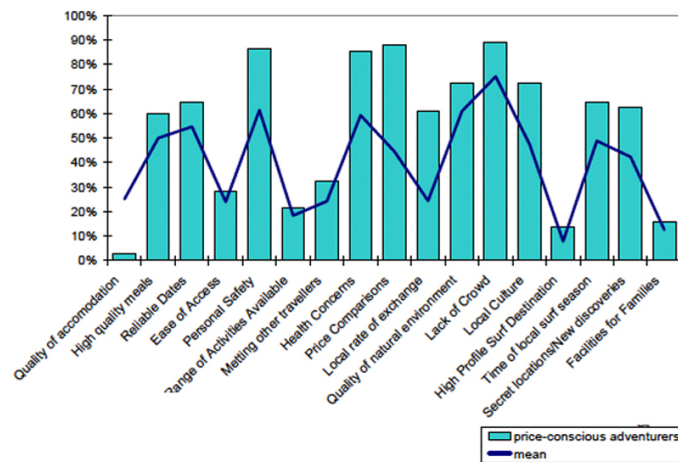


Psychographic profile of the luxury surfers

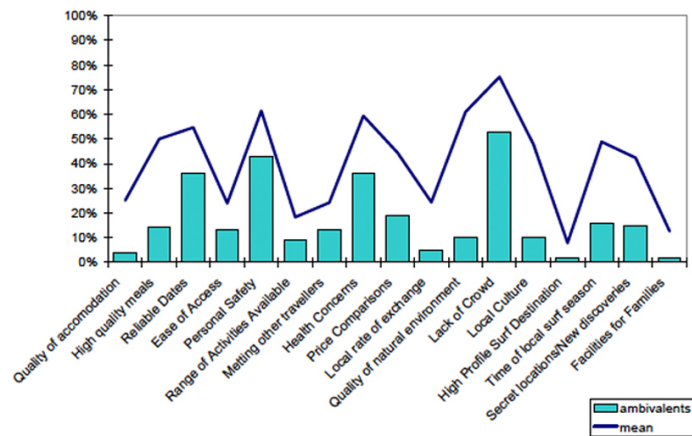


Fonte: (Dolnicar e Fluker, 2003b).

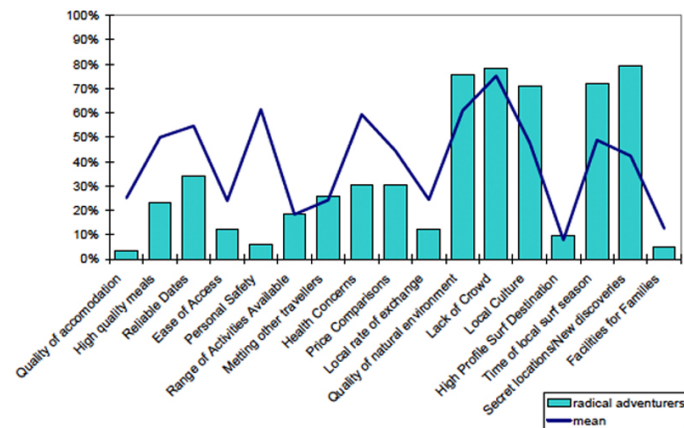
Psychographic profile of the price-conscious adventurers



Psychographic profile of the ambivalents



Psychographic profile of the radical adventurers



Fonte: (Dolnicar e Fluker, 2003b).

## **ANEXO 2 — Guião de entrevistas e transcrição das entrevistas estruturadas**

Por se tratar de uma entrevista estruturada optou-se por se separar o guião de entrevista da sua transcrição, justificado pelo facto das perguntas terem sido efetuadas em todas as entrevistas pela mesma ordem.

### **Guião de entrevista:**

1. Tendo em conta a tendência para a valorização do turismo de surf em Portugal, nomeadamente Peniche, Ericeira e Nazaré, acha importante a promoção de outras localidades/regiões como destino turístico para a modalidade? (Indique outros três locais ou regiões portuguesas que considere de maior importância para a modalidade).
2. Considerando as potencialidades da Costa Vicentina, mais especificamente na zona de Aljezur, para a prática de surf, quais as características desta região que mais destaca, e porquê? (Indique cinco que considere importantes).
3. Avalie a potencialidade e competitividade da região de Aljezur para a prática de surf e em particular para se afirmar como um destino de turismo de surf. Justifique.
4. De que forma o turismo de surf pode contribuir para dinamizar a atividade turística na Costa Vicentina e em particular em Aljezur?
5. Indique que medidas considera necessárias para desenvolver o turismo de surf na Costa Vicentina (Aljezur)?
6. Considera que um alojamento turístico dedicado ao surf em Aljezur (associando alojamento, aulas, centro de aperfeiçoamento técnico, aluguer de equipamento, etc.) pode contribuir para o desenvolvimento desta região? Justifique.
7. Na sua opinião, o que considera mais importante na conceção de um alojamento deste género, com vista a obter distinção?

**Entrevistado:** A

**Data:** 21.10.2014

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio

**Área de especialidade do entrevistado:** Promotor Turístico

**Observação:** Entrevista realizada via e-mail

**Resposta à pergunta 1:** Açores, Madeira e Santa Cruz.

**Resposta à pergunta 2:** Não responde.

**Resposta à pergunta 3:** O turismo de surf é altamente itinerante (*surf trips*), os praticantes estão sempre à descoberta do “melhor *spot*”. Para curiosos e para o público mais jovem que está a descobrir a modalidade, a região oferece boas condições de aprendizagem. Será certamente considerado no mapa de praias de surf do país.

**Resposta à pergunta 4:** É necessário avaliar qual o gasto médio de um turista de surf na região (e não apenas na escola de surf). Por norma este é um turista que gosta de estar em contato com a natureza (acampar) ou de locais onde poderá conhecer novas pessoas (*hostels*). Não costuma frequentar os restaurantes, preferem adquirir os produtos alimentares em supermercados e gostam de locais para sair à noite, com música (bares).

**Resposta à pergunta 5:** O turismo de surf está sempre muito dependente das condições das ondas (consistência ao longo do ano), os acessos à praia, a oferta de serviços complementares (aluguer de equipamentos, aulas), alojamento e animação noturna.

**Resposta à pergunta 6:** O fato de se criar um alojamento e respetiva escola só por si não assegura contributo para o desenvolvimento da região, tal dependerá, como atrás se referiu do gasto médio de cada praticante e das atividades complementares que desenvolve na região.

**Resposta à pergunta 7:** Ao nível do regime jurídico, o *hostel* é na realidade uma designação, utilizada no âmbito do AL, alojamento local. A oferta a este nível é muito diversificada, no entanto, no caso concreto de Aljezur e dirigindo-se a um público de surf, para ganhar visibilidade, deverá ter boas condições ao nível das instalações, decoração adequada ao público alvo, profissionais qualificados que prestem os serviços ligados à prática de surf, promover áreas de convívio entre os hóspedes, serviço *wifi* gratuito e sugerir programas de animação noturna e outros que promovam

o envolvimento com a cultura local. No âmbito de uma estratégia de marketing adequada, a divulgação em idiomas estrangeiros, de acordo com a devida segmentação do mercado, bem como a presença e interatividade nas redes sociais são fundamentais, para fomentar a visibilidade do projeto.

**Entrevistado:** B

**Data:** 02.10.2014

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio

**Especialidade do entrevistado:** Surfista Profissional, Formada em Gestão Hoteleira, Proprietária de *Hostel*.

**Resposta à pergunta 1:** Já existem outros destinos turísticos para o surf nomeadamente, o Algarve a Costa Alentejana. Especialmente Lagos e Arrifana. Lagos por causa da noite, e é onde normalmente os surfistas ficam, mas depois tem de conduzir uma hora para a Costa Oeste para surfar, que é onde existem mais ondas. Peniche e Ericeira já são bastante conhecidos já têm bastante turismo. Nazaré é um destino novo. Estão se a distribuir um pouco mais pelo Sul em especial pela Arrifana portanto acho que isso já está a acontecer já existem outros destinos turísticos sem ser estes aqui na região do centro.

**Resposta à pergunta 2:** A zona de Aljezur é bastante conhecida e apreciada para a modalidade. Normalmente as ondas são melhores no inverno do que no verão, mas no verão são mais procuradas pelos *beginners*. Têm as condições ideais, as praias são bastante grandes, mas o que os turistas gostam mesmo daquela zona é o facto de ser bastante típico pequenino. É acolhedor e é um nicho de mercado. É um mercado diferente dos outros. Não é para toda a gente não é toda a gente que gostará de ficar na Arrifana (Aljezur), depois não tem noite, se tiver é até às duas da manhã, portanto é um nicho de mercado. Mas têm turismo.

**Resposta à pergunta 3:** Aljezur é procurado por ser um local bastante acolhedor, pequeno, calmo, reservado. Tem boas condições para *beginners* na época de verão por ser o lugar mais resguardado da costa inteira. Depois no inverno é mais apreciado por outro tipo de turistas que procuram ondas um pouco maiores, como a onda do "*kanguru*" que é bastante conhecidas uma melhores direitas de Portugal. Mas aí já têm menos turistas ou não é procurado pelos mesmo turistas, são mais os portugueses que vão mais a Aljezur nesta época.

**Resposta à pergunta 4:** O turismo de surf já está bastante desenvolvido, já existem *surfcamps*, *surf houses*, etc. Um dos meus colegas de turma terminou o mesmo curso

que eu e trabalha lá desde 98 ou 99 portanto está bastante desenvolvido e até está no seu auge, não vai aguentar muita mais oferta turística porque o local é bastante pequeno e não tem nada a ver com Peniche ou Ericeira que pode crescer.

**Resposta à pergunta 5:** Já tinha respondido nas questões anteriores.

**Resposta à pergunta 6:** Sim, claro já contribuí tenho a certeza que existem muitos mais turistas nos últimos cinco anos em Aljezur do que alguma vez houve de turismo estrangeiro nessa zona e tudo relacionado com o turismo de surf. Vai desenvolver mais mas não tem por onde desenvolver eu acho, a oferta vai acabar por ficar saturada, e estagna.

**Resposta à pergunta 7:** Várias coisas que são importantes, dar atenção aos hóspedes, saber exatamente o que eles querem, tentar ajudar ao máximo possível para terem umas boas férias e poderem voltar, é isso que eu faço no meu e praticamente tenho um bom retorno. O "*worth-of-mouth advertisement*" que é os amigos que falam e voltam os amigos dos amigos. É realmente a base do meu negócio.

**Entrevistado:** C

**Data:** 8/10/2014

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio

**Entrevista:** Via e-mail

**Especialidade do entrevistado:** Surfista, proprietário de escola de surf  
Formação em Ciências da Informação.

**Resposta à pergunta 1:** Com certeza, há inúmeros sítios em Portugal que podem oferecer condições fantásticas de surf para turistas. Penso também, que locais como Peniche ou Ericeira estão sobrelotadas no que diz respeito ao turismo de surf, negligenciando outras zonas com igual potencialidade. Tem de se acabar com os centralismos, promovendo outros locais que não só têm boas condições para a prática de surf, como são ricas em cultura portuguesa, sem estar "manchado" com a pegada dos turismo de massa. Locais como Figueira da Foz, Costa da Caparica e Porto são locais a ter em conta.

**Resposta à pergunta 2:** Penso que a principal é o clima, pois em média, as temperaturas mantêm-se mais altas durante mais tempo. Outra razão são as paisagens, repletas de beleza natural. As condições de surf também são muito boas, com inúmeros "*spots*" que funcionam com diferentes condições de mar e vento,

oferecendo um vasto leque de opções e alternativas. Em quarto lugar destaco o ambiente rural, com aldeias históricas e casas típicas, que em combinação com a beleza natural, faz desta região um destino único. Em último lugar destaco a sensação de aventura e de reclusão destes locais, especialmente no outono e inverno, que para quem faz surf, é o ambiente perfeito para quem anda “em busca das ondas”.

**Resposta à pergunta 3:** As potencialidades são imensas, como referi no parágrafo anterior. No entanto, penso que apesar das excelentes condições, devido à configuração da costa, as praias são geralmente pequenas e finitas, o que pode trazer pressão competitiva. Na minha opinião, o negócio do surf no Algarve está a ficar sobrelotado e começa a escoar mais para norte, nomeadamente Arrifana. É portanto uma zona com grande potencialidade sem dúvida, mas penso também que já sofre um bocado de sob exploração.

**Resposta à pergunta 4:** O turismo de surf pode ser, na minha opinião, uma das principais formas de dinamismo da Costa Vicentina, lado a lado com o turismo rural. Se bem feito, pode trazer muitos turistas, nacionais e estrangeiros, durante praticamente todo o ano, melhorando assim os negócios locais.

**Resposta à pergunta 5:** Uma medida importante é desenvolver este tipo de turismo de forma sustentável. O maior erro que se poderá fazer é ceder ao turismo de massas, com *resorts* e hotéis, acabando com o que esta região tem de bom. É também importante aliar o turismo de surf ao turismo rural, mantendo-se sempre fiel à singularidade da região. Penso que seria interessante apostar no turismo de surf de meia estação e de Inverno e não só de Verão, quando as praias estão mais cheias e com mais confusão.

**Resposta à pergunta 6:** Sim. Tudo o que são iniciativas para trazer público de fora que possa deixar dinheiro na zona, contribui para o desenvolvimento da região. Como disse anteriormente, esta região tem muito para oferecer no que diz respeito ao surf, consequentemente isso pode trazer muita gente e muita gente significa muito dinheiro.

**Resposta à pergunta 7:** Penso que seria interessante manter-se fiel à cultura da região, com uma arquitetura típica. Isso vai oferecer logo uma experiência extra surf, que é a experiência portuguesa.

**Entrevistado:** D

**Data:** 08.10.2014

**Duração:** 30 minutos

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio



**Especialidade do entrevistado:** Pós graduação em surf, Proprietário de escola de surf, surfista.

**Resposta à pergunta 1:** É importante porque essas outras localidades também têm os seus próprios recursos naturais e o seu próprio interesse para os turistas. Dada a elevada procura das localidades referidas, acho que existe suficiente mercado e procura, para haver uma oferta mais distribuída ao longo do país, em que também outras localidades terão interesse. Além disso os três exemplos dados tem características muito específicas cada um deles, e julgo que haverá inclusive alguns nichos de mercado dentro da procura do turismo desportivo, que terão interesse em outra escolha, portanto outros tipos de localidades que não as Ericeira, Peniche e Nazaré. Estes são os três destinos na costa oeste que normalmente mesmo no verão apresentam manhãs com maior nível de nebulosidade e isso não será tão atrativo para os clientes mais velhos ou os clientes que vêm à procura não só de surf de mas também de um destino de sol e praia. Nesse sentido, todas as localidades abaixo de Lisboa tem maior número de dias de sol por ano e por isso esse é um dos argumentos que se pode utilizar para conquistar e criar um novo mercado, acho que a ideia principal é essa. Novas localidades de surf em Portugal conquistarão novos mercados, não só aquele que já existe. Refiro por exemplo a Costa da Caparica, zona entre Sines e Vila nova de Mil Fontes e a zona entre Aljezur e Sagres que já é um dos destinos mais procurados para o surf em Portugal.

**Resposta à pergunta 2:** Tal como acabei de dizer na pergunta anterior a zona sul do país é daquelas que têm maior nível de insolação ao nível do ano, o clima é sem dúvida uma mais valia para toda a zona da costa vicentina que são por exemplo aos outros destino que estão mais promovidos como o caso de Peniche , Ericeira e Nazaré a consistência de ondas é elevada, mas isso também é elevada noutros locais, no entanto, Aljezur tem uma praia que é a Arrifana que para além de ser uma praia muito bonita e tem recebido galardões nesse sentido, é uma praia que oferece condições boas para surfistas evoluídos mas são também muito acessíveis a maior parte dos dias para surfistas iniciantes. Dado que a maior parte da procura é para surfistas ou que se estão a iniciar ou ainda estão num nível de pratica muito basilar. A Arrifana é um dos pontos de interesse na região de Aljezur porque permite uma prática relativamente tranquila e onde os surfistas podem evoluir com bastante conforto. Quando falo da pratica tranquila, não estou só a falar dos surfistas que vêm por eles mesmo fazer surf, como daqueles que vem aprender em escolas de surf em que a Arrifana proporciona na maior parte dos dias condições excelentes para o ensino de surf. Além disso a zona tem a sua própria gastronomia, beleza natural, lá está todo o

Portugal tem os seus pontos de interesse, a sua gastronomia, tradições, e portanto, cada local, vila por si só é um ponto de interesse

**Resposta à pergunta 3:** A primeira parte da resposta é, a vila de Aljezur já é um destino de surf afirmado à 10 anos que têm uma procura crescente e muito significativa de turista para fazer surf, para escolas de surf, para alojamentos locais, para aluguer de material a prova disso, por exemplo, a Aljezur *surf shop* ou a sudoeste *surf shop*, que já desde há 10 anos para cá têm tido uma grande procura de mercado, são negócios julgo eu observando do exterior, são negócios relativamente bem conseguidos o espelho da procura que já existe. A competitividade de Aljezur é grande pelas razões que já afirmei, no entanto, acredito também que já estará próximo da sua capacidade. Porquê? Porque se podemos sempre fazer melhores alojamentos, ter melhor restauração, melhor e mais forte promoção no exterior o recurso natural que é aqui limitativo são as ondas as praias, e nesse sentido julgo que sobretudo a época alta as praias na zona de Aljezur já estão muito perto da sua lotação máxima se não sobrelotada, por essa razão acredito que também num futuro qualquer novo projeto ou mesmo num projetos existentes que queiram continuar a subsistir na zona de Aljezur terão de primar pela inovação, por uma promoção forte e diferenciada, e por uma grande localidade para a fidelização de clientes. Dado que as praias estão a ficar sobrecarregadas é cada vez mais difícil de oferecer uma experiência de surf, de acordo com aquilo que é o ideal do surf, de fazermos surf quase sozinhos e descobrirmos praias novas, partilhar aquele único momento só com os nossos amigos. A verdade é que hoje em dia em época alta é impossível isto acontecer na zona de Aljezur. Por essa razão é preciso explicar bem e não criar falsas expetativas aos clientes, e por outro lado complementar a oferta de surf propriamente dita com alojamento de qualidade, com atividades alternativas à prática do surf inclusive ter uma oferta que não seja diretamente para os surfistas, mas por exemplo para as famílias dos surfistas, sejam alojamentos com piscina outro tipo de atrações e animações turísticas e aí sim julgo que ainda existem espaço para crescerem na zona de Aljezur.

**Resposta à pergunta 4:** Eu acho que o surf é o ponto fulcral para dinamização do turismo na costa vicentina ainda para mais se estivermos a considera-la ao longo do ano e não apenas na época alta. Ou seja, cada vez mais os turistas estão com um comportamento documentado atualmente, os turistas deixaram de decidir para onde vão ou onde ficam baseados em quantas piscinas têm o hotel ou quantas estrelas têm o hotel, antes pelo contrário estão a preferir cada vez mais o alojamento rural, o turismo de charme a preferir e a escolher cada vez mais os locais para onde vão

passar férias com base nas atividades que vão fazer. Estão a reduzir os seus orçamentos do alojamento para poderem ter mais capacidade de comprar experiencias e atividades. Por essa razão o turismo de surf é a peça fundamental porque é o fator que vai trazer as pessoas a Aljezur, as boas ondas, o bom clima, as boas condições para prática de surf serão o fator de decisão para os clientes que vem para esta zona. Sem o surf teríamos um interesse muito inferior sobre esta região independentemente de todos os outros atrativos que ela tem a nível de natureza ou gastronomia mas ao fim ao cabo um pouco por todo o Portugal existem essas condições, inclusive estaríamos a colocar Aljezur e muitos outros pontos da costa portuguesa a competir com por exemplo o norte de África que oferece turismo de sol e mar a valores muito mais baixos e que se estivermos a falar de turistas que não está a procura de nenhuma atividade especifica estes locais oferecem uma série de atividades *mainstream* de baixo nível de dificuldade que nos iram roubar muitos clientes, aliás não o fazem mais pela crise que acontece no médio oriente que inclusive constitui uma grande oportunidade para o turismo português aproveitar. Portanto o surf é um fator de decisão para a escolha de Aljezur, é uma peça fundamental para a atividade turística na Costa Vicentina, embora seja interessante promover outras atividades turísticas ser necessário cativar outros turistas. No entanto para todos aqueles que procuram praia e querem experimentar surf e as estatísticas dizem que a maior parte dos turistas o querem fazer o surf é fundamental.

**Resposta à pergunta 5:.** Respondeu à questão no decorrer das respostas às questões anteriores.

**Resposta à pergunta 6:** Penso que o surf no geral contribuí para a dinamização da região como já disse, penso que com base nesse pressuposto a resposta se um alojamento desse género dinamiza ou não a região tem a ver com o facto dos clientes vão querer esse tipo de alojamento ou não, eu penso que sim, mas mais interessante que a minha opinião é verificar qual o comportamento dos consumidores no terreno, testar um tipo de solução desse género ver qual a aceitação, ou seja, existe uma procura, essa procura dinamiza a região sem dúvida alguma. Estar na praia, fazer surf e tudo o que lhe está associado é uma questão de se ajustar a oferta ao que os clientes querem, esse ajuste tem de ser feito pela observação no local das necessidades dos clientes, não será forçosamente algo estável no tempo, será dinâmico é preciso haver cada vez propostas mais interessante e negócios novos mais interessantes do ponto de vista da diferenciação com resposta à necessidade dos clientes. Eu acho que já existem variados alojamentos que recaem sobre essa descrição, alojamento dedicado ao surf, dedicado a quem está na praia , com aluguer

de material. A questão é se isso pode ser feito melhor, para um público mais alargado ou não, eu acredito que sim que ainda há espaço para melhoria da oferta ao cliente, não só do alojamento e todo os serviços associados e sobretudo a forma como são promovidos, da forma como são organizados, como da forma como eles são constituídos em marcas que depois possam ser vendáveis e criar valor ao longo do tempo.

**Resposta à pergunta 7:** Pode-se dividir esta resposta em quatro fatores: Diversidade, ou seja, existem diversos públicos, um cada vez mais alargado de pessoas a quererem surfar, portanto os alojamentos tem de dar resposta a essa diversidade. Não devemos ter só *hostels* com quartos partilhados e casas de banho partilhadas como não devemos ter só hotéis de 5 estrelas ou turismo rurais de equivalente valor de diária. Devemos ter um pouco das duas coisas ou de ambas, de todos os tipos de alojamentos que estão entre os exemplos já dados. Tem de haver alojamento partilhado a bom preço, alojamento com maior grau de privacidade, apartamentos, *hostels*, *bed & breakfast*, julgo que terão o seu lugar desde que sejam todas organizadas e tratadas de forma profissional.

O segundo fator é o conforto, não se pode fazer turismo de baixo custo em que se tira do conforto dos hóspedes, não estamos a falar de uma localidade festiva em que as pessoas vão para a discoteca, estamos a falar de pessoas que vem praticar desporto que estão em contacto com a natureza e atingem níveis de cansaço e que vão precisar de um local para poder repousar e se lhes for privado julgo que os alojamentos terão maior dificuldade em fidelizar os clientes. É necessário também um alojamento que permita viver a experiencia do surf na sua plenitude, ou seja, os surfistas são pessoas que viajam, que contam histórias, que partilham experiências por essa razão um alojamento tem de forçosamente permitir a troca de experiências entre pessoas, o contacto entre elas sem lhes tirar alguma privacidade. Por último a autenticidade, os surfistas viajam pelo mundo inteiro estão habituados a fazer um desporto em contacto com a natureza e cada vez mais valorizam as coisas pelo seu valor intrínseco e não pelo marketing que é feito. Normalmente os surfistas que já são praticantes mais dedicados não ligam tanto a estes aspetos. Por essa razão todo e qualquer alojamento dedicado ao surf que não seja, no que respeita ao cliente gerido por praticantes de surf, por amantes do surf, da praia e da natureza será sempre conetado a médio longo prazo como menos autentico e terá possivelmente menos sucesso ou pelo menos uma taxa de referênciação mais baixa. Os alojamentos que terão 95% ou mais apreciação por parte dos seus hóspedes que corresponderão mais autênticos e geridos por surfistas ou pessoas ligadas à praia e que possam transmitir

aos seus hóspedes alguma intensidade, alguns daqueles que são valores e cultura de surf, esse fator é diferenciador e deve ter-se em conta no planeamento e na constituição de um alojamento deste género.

É necessário também um alojamento que permita viver a experiência do surf na sua plenitude, ou seja, os surfistas são pessoas que viajam, que contam histórias, que partilham experiências por essa razão um alojamento tem de forçosamente permitir a troca de experiências entre pessoas, o contacto entre elas sem lhes tirar alguma privacidade.

Por último a autenticidade, os surfistas viajam pelo mundo inteiro estão habituados a fazer um desporto em contacto com a natureza e cada vez mais valorizam as coisas pelo seu valor intrínseco e não pelo marketing que é feito. Normalmente os surfistas que já são praticantes mais dedicados não ligam tanto a estes aspectos. Por essa razão todo e qualquer alojamento dedicado ao surf que não seja no que respeita ao cliente gerido por praticantes de surf, por amantes do surf, da praia e da natureza será sempre conectada a médio longo prazo como menos autêntico e terá possivelmente menos sucesso ou pelo menos uma taxa de referênciação mais baixa. Os alojamentos que terão 95% ou mais apreciação por parte dos seus hóspedes que corresponderão mais autênticos e geridos por surfistas ou pessoas ligadas à praia e que possam transmitir aos seus hóspedes alguma intensidade, alguns daqueles que são valores e cultura de surf, esse fator é diferenciador e deve ter-se em conta no planeamento e na constituição de um alojamento deste género.

**Entrevistado:** E

**Data:** 08.10.14

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio

**Entrevista:** via e-mail

**Especialidade do entrevistado:** Formado em Marketing digital, ex-proprietário de agência de viagens para deficientes, surfista.

**Resposta à pergunta 1:** Açores, Sagres e Aljezur. Sim, o turismo de surf em Peniche e na Ericeira é um turismo de surfistas com alguma experiência de surf ou que chegam com o objetivo de fazer o máximo de surf possível durante as férias.

O Turismo de surf da Nazaré não o considero um verdadeiro turismo de quem pratica surf mas sim quem se desloca para ver as ondas grandes da Nazaré, já que as ondas da Nazaré em si estão só disponíveis para surfistas de ondas grandes ou com muita experiência.

Acho que o turismo de surf da Costa Vicentina ou nos Açores por exemplo é um turismo diferente. O surfista vai à procura não só do surf em si mas de desfrutar da natureza e da área envolvente. Assim sendo, creio que desenvolver outras áreas do país onde as ondas sejam complementadas com outras atividades ou outras riquezas naturais e culturais faz todo o sentido para um outro grupo de surfistas mais abrangentes e menos focados apenas na performance do surf.

**Resposta à pergunta 2:** As características que destaco nesta região são: Ausência de surfistas na água (menos competição pelas ondas); Beleza natural ainda não estragada pelo turismo (característica fundamental para quase todos os surfistas); Diferentes tipos de ondas para todos os níveis de surf; Alojamento barato e simples; Segurança geral da zona (possibilidade de dormir na praia ou fazer percursos pela natureza sem preocupações de segurança).

**Resposta à pergunta 3:** Aljezur e a área circundante é composta por zonas de imensa riqueza natural e livres de intervenção humana. Associada a esta riqueza natural estão inúmeras ondas de qualidade com poucos surfistas especialmente de outubro a abril. Estas duas componentes por si só afirmam a área de Aljezur como um potencial destino de surf nacional e internacional. Em termos de competitividade, Aljezur possui extensas praias capazes de absorver bastantes grupos de surfistas e destaca-se das principais zonas de surf do país pela sua envolvente natural mais do que pela qualidade das ondas.

**Resposta à pergunta 4:** Da mesma forma que já contribuiu principalmente em Peniche e na Ericeira. Unidades de alojamento que se enquadrem na natureza e restaurantes locais e familiares serão os principais beneficiadores do turismo de surf. Supermercados, lojas de artesanato e outros negócios de turismo de aventura beneficiarão também deste tipo de turista.

**Resposta à pergunta 5:** Um estudo de sustentabilidade que indique a carga máxima de cada região de forma a não criar um outro Algarve sobrelotado e sem planeamento. As ondas da costa vicentina de Aljezur são boas, mas não possuem a qualidade das ondas da Ericeira ou Peniche. Os turistas escolhem Aljezur pela sua envolvente natural e “selvagem”, e pela fraca afluência de surfistas experientes na zona. É por isso fundamental que o crescimento turístico seja feito de forma a preservar esses valores.

**Resposta à pergunta 6:** Sim. O alojamento turístico da região é composto maioritariamente por pequenos negócios clandestinos familiares e não existem suficientes *surfcamps* com pacotes feitos a pensar nos grupos de surfistas menos

experientes que procuram não só o surf mas desfrutar do calor e da beleza natural da zona.

**Resposta à pergunta 7:** Perceber bem que tipo de turista se vai atrair. Penso que a grande lacuna neste momento é o marketing externo que continua algo insignificante. A conceção do alojamento tem que assegurar os pontos já descritos nas outras questões, mas ao mesmo tempo ter uma estratégia de marketing digital e parcerias exteriores capazes de trazer grupos de surfistas europeus menos experientes até Aljezur. Visto que a qualidade das ondas é inferior a alguns destinos em Portugal, é fundamental providenciar uma alta qualidade no que realmente faz este destino tão especial. Ter pacotes de surf em conjunto com turismo de aventura, canyoning, *trekking*, *birdwatching*, fotografia, kayak, mergulho, escalada, etc. Inclusive algumas atividades únicas no nosso país como passar uma noite na praia com surf matinal e pequeno almoço a ver as ondas, etc.

**Entrevistado:** F

**Data:** 11.10.2014

**Duração:** 20 minutos

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio

**Especialidade do entrevistado:** Bolseira Pos-Doc investigadora, surfista

**Resposta à pergunta 1:** Sim, acho. Acho que Sagres será na minha opinião a melhor localidade com melhores condições de surf o ano todo, além disso o clima também é muito bom, ou seja consegue-se chamar pessoas que vão para ou surf mas também para fazer outras coisas. E principalmente porque se pode surfar o ano todo como não é virado totalmente a oeste tem também a costa sul que permite surfar quando o mar está maior durante o inverno. Mas a parte do clima ajuda muito, não é como ir para a Ericeira com a família toda e tens nevoeiro e frio.

**Resposta à pergunta 2:** O clima, mais uma vez. Destaco o fato de não estar muito desenvolvido e isso cria um certo carisma, à exceção da zona de vale da telha, o resto ainda está muito por desenvolver. Outra coisa boa é também a gastronomia, as próprias pessoas, eu acho que porque o turismo ainda não está muito desenvolvido o turismo as pessoas são muito mais simpáticas e mais abertas do que por exemplo no Algarve. Existem menos infraestruturas, apesar de em Aljezur existir tudo, supermercados grandes. Mas a melhor parte daquela região é não estar muito desenvolvido.

**Resposta à pergunta 3:** Eu acho que não têm as infraestruturas que tem uma Ericeira, mas é isso mesmo que é a beleza a região de Aljezur. Põe aquilo exatamente com as mesmas potencialidades para ser um destino mundialmente conhecido, perderá a piada. Não sei se os acessos à praias estão preparados para ter tanto turismo.

Só como destino de surf acho que não, se fosse só destino de surf, mas o que é certo é que aquilo têm boas praias têm tem boas praias. Não tem boas infraestruturas, não sei de que maneira isso se poderia alterar, mas sinceramente espero que não.

**Resposta à pergunta 4:** Pode contribuir de certeza, desde os *hostels*, aos hotéis que se podem implementar, desde criar condições para poder ir buscar os turistas ou fazer pacotes com outras atividades. Além disso, quanto mais gente houver mais infraestruturas vão existir. Não sei se não ficam muito localizadas numa época do ano, mas acho que não, como o surf existe o ano todo.

**Resposta à pergunta 5:** O desenvolvimento de infraestruturas para alojar os turistas. Principalmente nas zonas costeiras junto às praias onde se pratica surf. Melhoramento da rede de transportes naquela zona, de e para os grandes centros com aeroportos, como sejam Lisboa e Faro. A criação de mais escolas de surf. Penso que também será necessário oferecer outro tipo de atividades a complementar o turismo de surf como sejam caminhadas na natureza, SUP, caiaque nos rios, etc..

**Resposta à pergunta 6:** Sim, claro. Desde criar postos de emprego, etc. E tudo o que está associado ao facto de haver mais pessoas na zona, seja a criação de outras infraestruturas, seja por exemplo supermercados, etc. e resulta assim no desenvolvimento da própria região.

**Resposta à pergunta 7:** Para mim a parte sustentável, a nível do ambiente, a localização, o facto de poderes estar mesmo muito perto da praia muda bastante. Se eu fosse turista não vou ter carro imaginemos se vier de fora de Portugal e o facto de ter um acesso rápido à praia acho que é importante. Ter ma coisa eco com um nível sustentável, sem mudar muito a própria arquitetura da região acho que é isso que considero importante.

**Entrevistado:** G

**Data:** 08.10.2014

**Duração:** 20 minutos

**Entrevistador:** Ana Rita Basílio



**Especialidade do entrevistado:** Bolseira Pos-Doc Investigador Geologia  
Marinha, surfista

**Resposta à pergunta 1:** Porque eu não trabalho em turismo, para mim o que é importante é preservar como Portugal está agora. Eu preferiria que o turismo continuasse a concentrar-se nessas três localidades. Porque as razões para eu me mudar e viver neste país é poder usufruir de um surf pouco massificado e pouco turístico. Caso o turismo de surf se torne massificado tenho de repensar no meu motivo para viver neste país. Eu não encorajaria o turismo de surf noutras localidades até ao nível em que ocorre na Ericeira ou em Peniche.

**Resposta à pergunta 2:** Eu diria que uma das potencialidades da Costa Vicentina é estar incluída no Parque Natural, o que contribui para que existe poucas construções cerca da praia, mantendo o seu lado natural/selvagem como fator de qualidade e potencialidade. Por causa disso os bancos de areia que são essenciais para a formação de boas ondas, não foi debilitado. As construções perto da praia e modificações humana da costa portuguesa são fatores negativos para o turismo de surf como exemplo posso referir a Costa da Caparica ou Vila Nova de Mil Fontes. Outro grande potencial prende-se com o facto da região de Aljezur ser pequena sendo considerada bastante rústica.

Arrifana por exemplo está cheia de escolas de surf.

**Resposta à pergunta 3:** A costa de Aljezur e a praia da Arrifana em especial, é está virada para sul, isso significa que o vento norte que é bastante regular em especialmente no verão, não atinge esta costa ela fica protegida permitindo mais dias de surf.

Um dos pontos positivos de Aljezur é é muito perto de outros importantes locais de surf como Punta Ruiva ou do Beliche praias que ficam à distância de 30 ou 40 km.

Aljezur é uma vila que tem uma série de facilidades, como supermercados, uma série de restaurantes, o mercado local, lojas de surf para além de ser uma vila bastante movimentada.

**Resposta à pergunta 4:** Já existem alguns fatores que contribuem para a dinamização do surf como por exemplo a pousada da juventude na Arrifana, alojamentos *lowcost*, locais de *bed&breackfeast*. O facto de não se necessitar no carro na maioria destas localidades, pois as praias estão muito perto, também é uma mais valia. No caso da Arrifana existem alguns problemas para estacionar o carro, seria fantástico se tivesse um acesso do outro lado da montanha para a praia com

entrada pelo lado sul poderia diluir-se a concentração de automóveis naquela única entrada para a praia. Pode-se expandir aquela área potencialmente, têm-se por exemplo Monte Clérigo. Aljezur é longe do aeroporto, então as pessoas têm mesmo de querer ir até lá. Se aterram em Faro as pessoas ficam mais em Lagos viajam daí para Vila do Bispo não sobem até tão longe como Aljezur.

**Resposta à pergunta 5:** Acho que nos últimos dois anos o turismo de caravanas tem vindo a aumentar, no verão, estes auto caravanistas são na sua maioria turistas de surf vêm de Espanha, Itália, de todo o lado. Portugal é um destino visto que não existem regulamentação onde se pode estacionar/ficar, podem ficar fora dos parques de campismo, as pessoas gostam de dormir ao pé da praia, passar as suas férias ao lado da praia, com vista para o mar e não serem incomodadas para saírem desses locais. Esta forma de turismo está mesmo a crescer e preenche um buraco porque existem relativamente aos alojamentos visto que não se tem muitas opções onde se ficar na Costa Vicentina, porque a maioria das casas que existem na localidade pertencem a pessoas que as utilizam nas férias é uma segunda casa dos proprietários. Eu penso o turismo de caravanas é grande e vai continuar a crescer e é necessário criar/fornecer instalações e para que não exista casas de banho monumentais, porque as razões para que as pessoas irem para aquela região deixam de existir, tornando-se sujo. Requer algum controlo, ou ficam em sítios onde existam as mínimas instalações ou então mandamo-los para o interior onde tem de pagar e assim podem mudar de ideias de vir para Portugal. como fazemos como outros países e estes turistas mudam de ideias para vir para Portugal.

**Resposta à pergunta 6:** Já existe algo similar na praia do Amado, uma pequena escola de surf onde alugam equipamento. As pessoas que ali se deslocam só querem alugar o equipamento e praticar a modalidade, é um negócio com bastante sucesso no verão. Em Aljezur já existem várias *surfcamps* e escolas de surf, como em Monte Clérigos. Eu penso que o que é importante com o aparecimento destas escolas de surf, que neste momento estão em excesso nas praias da zona de Aljezur em especial na Arrifana, que se deve controlar de outra forma como todas podem coexistir no mesmo espaço como por exemplo cada escola ter um dia específico para ir aquela praia, ou apenas limitar a determinado número de escolas por praia, é necessário controlo pelas autoridades competentes, penso que é muito importante.

Penso que não será necessário gerar mais nenhum alojamento ou *surfcamp* em Aljezur. Que eu conheça já existem na Arrifana, em Aljezur (proprietário Alemão) ou em Vale Figueiras. É necessário sim que exista um sistema de melhores acessos à região e a determinadas praias.

**Resposta à pergunta 7:** Não existem férias eco turísticas associadas ao surf onde a pessoa se possa voluntariar, férias que permitam dar algo de volta ao local visitado. Na minha opinião, as pessoas querem para além de querer divertir-se, beber, querem também ter uma consciência social seja limpar a praia, plantar árvores ou ajudar a fazer algo para proteger qualquer coisa, isso seria bastante original.

## ANEXO 3 — Tabela resumo da análise às entrevistas estruturadas

Entrevista	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>A</b>	Açores, Madeira, e Santa Cruz	-não respondeu	-TS itinerante ( <i>surftrips</i> ) procuram melhores locais para a prática; -descoberta da modalidade por parte do público mais jovem; -boas condições de aprendizagem -considerado no mapa de praias de surf do país.	-necessário avaliar gasto médio por turista de surf e não apenas na escola de surf; -gosto por estar em natureza (acampar) ou <i>Hostels</i> ; -preferem adquirir produtos em supermercados; -locais noturnos
<b>B</b>	Algarve, Arrifana e Costa Alentejana	condições ideais para a prática de surf no verão para surfistas iniciantes, no inverno para experientes, boas praias, pequena e localidade típica e acolhedora.	-boas condições para a prática (todos os níveis de surf) -surf todo o ano -local pequeno e acolhedor;	- sim; -não aguenta muito mais oferta turística.
<b>C</b>	Figueira da Foz, Costa da Caparica e Porto	clima, beleza natural, boas condições para a prática de surf, vários "spots" de surf, ambientes históricos, casas típicas e sensação de aventura	-excelentes condições para a prática de surf; -praias pequenas e finitas/pressão competitiva; -Algarve está sobrelotado e a escoar turista em especial para a Arrifana, que também já está sobrelotada nos meses de verão.	-sim; -o TS lado a lado com o turismo rural; -pode trazer turistas nacionais e estrangeiros; -melhorar negócios locais.
<b>D</b>	Sagres, Aljezur, Costa da Caparica, (entre) Sines e Vila Nova de Mil Fontes	clima, boas condições para a prática de surf, boas condições para o ensino de surf (Arrifana), boa gastronomia, beleza natural e tradições	-Aljezur já é um destino; -clima; -boas condições para a prática e ensino de surf (Arrifana/sobrelotada); -boa gastronomia; -beleza natura; -tradições.	-sim; -associado ao turismo rural e turismo de charme; -promover outras atividades.
<b>E</b>	Açores, Sagres e Aljezur	ausência de surfistas na água, beleza natural, diferentes tipos de ondas para todos os níveis de surf, alojamento simples e barato e segurança em geral da região	-destaque pela riqueza natural; -ondas de qualidade de outubro a abril; -praias extensas capazes de receber grupos grandes.	-já contribui noutros locais (Ericeira, Peniche); -principais beneficiários: restaurantes locais e familiares, supermercados, lojas de artesanato e outros negócios de aventura.
<b>F</b>	Sagres	clima, pouco desenvolvimento da região, boa gastronomia, simpatia local e supermercados grandes	-só como destino de surf, não; -não têm infraestruturas; -os acessos às praias não estão preparados para o turismo.	-sim; -contribui: com mais pessoas e infraestruturas; -prática de surf todo o ano.
<b>G</b>	Ericeira ou Peniche	estar incluída no parque natural, pouca construção perto das praias, beleza	-Arrifana tem mais dias de surf; -proximidade de outras praias com condições	-através da criação de alojamentos (pousada da juventude, <i>hostels</i>

natural, boas condições para o surf, localidade rústica, muitas escolas de surf na Arrifana.	para a prática do surf num raio de 30 a 40km; -supermercados, restaurantes, mercado local e lojas de surf; -vila movimentada.	<i>lowcost, bed&amp;breackfeast</i> ); -pouca necessidade do uso do automóvel; -melhorar os acessos.
--	---	--

Entrevista	Q5	Q6	Q7
<b>A</b>	-TS depende das condições do mar; -acessos às praias; -serviços complementares (aluguer de equipamentos, aulas, etc); -alojamento -animação noturna	-alojamento e escola por si só não assegura o contributo para o desenvolvimento da região; -ter em conta o gasto médio por praticante; -atividades complementares que se desenvolvem na região.	-boas condições a nível de instalações; -decoração adequada; - profissionais qualificados; -promover áreas de convívio entre hóspedes; wi-fi gratuito; -programas de animação noturna; -envolvimento com a cultura local; - estratégia de marketing; -divulgação em idiomas estrangeiros; -interatividade em redes sociais.
<b>B</b>	condições ideais para a prática de surf no verão para surfistas iniciantes, no inverno para experientes, boas praias	-contribuí. -vai desenvolver-se mais mas é possível que a oferta fique saturada	-dar atenção, entender as necessidades dos hóspedes; " <i>worth-of-mouth advertisement</i> ".
<b>C</b>	-desenvolver o turismo de forma sustentável; -erro ceder ao turismo de massas, <i>resorts</i> , hotéis; -aliar TS ao turismo rural; -manter singularidade da região; -apostar no TS de meia estação	-sim pode trazer muitas pessoas à região; -pode trazer dinheiro à região.	-arquitetura típica; -oferta de experiência portuguesa.
<b>D</b>	-não criar falsas expectativas aos clientes; -primar pela inovação; -alojamento de qualidade; -oferta de atividades para família de surfistas; -atrações de animação turística;	-contribuí; -que tipo de alojamento; -necessário verificar o comportamento dos consumidores; -ajustar a oferta aos consumidores; -melhoria nos serviços associados; -melhorar promoção.	-diversidade de produtos; -turismos rural -hotéis de 5 estrelas com equivalente valor de diária; -alojamentos <i>low-cost</i> ; - privacidade; -conforto; promover áreas de convívio; autenticidade; gerido por praticantes/amantes de surf/natureza.
<b>E</b>	-estudo de sustentabilidade que indique carga máxima; -qualidade de ondas inferior a outros destinos como Ericeira ou Peniche; -escolha pela envolvência natural; -pouca afluência de surfistas experientes na zona; -crescimento deve ser controlado; -preservação dos valores da região.	-sim; -existem poucos <i>surfcamps</i> com pacotes de grupos.	-perceber que tipo de turistas atrair; -marketing digital e parcerias externas; -fundamental providenciar qualidade no que realmente faz este destino tão especial; -pacotes de surf em conjunto com turismo de aventura; -incluir atividades únicas como passar a noite na praia com surf de manhã e pequeno almoço.
<b>F</b>	-infraestruturas de alojamento; -melhoramento da rede de transportes na região e para as grandes cidades; -criação de mais escolas de	-sim; -estimula o crescimento de infraestruturas; -cria novos postos de trabalho; -desenvolve a região.	-sustentabilidade a nível do ambiente; -localização próxima da praia; -alojamento eco/sustentável; -arquitetura típica;

	surf; oferta de atividades complementares.		
<b>G</b>	-apostar no turismo de caravanismo ligado ao surf; -criar infraestruturas.	-não, já existem; -deve-se controlar o crescimento das escolas de surf; -Melhores acessos à região e a determinadas praias.	-eco turismo associado ao surf; -Férias "voluntárias"; -Férias com consciência social.